

# « CETTE AVENTURE DOIT PROFESSIONNALISER NOTRE MÉTIER »

La société Grand Ouest (Poitiers) a intégré la 2FPCO en 2018, en même temps que tous les membres du groupement Eur'Alliance, auquel l'entreprise adhère depuis huit ans. Son Pdg, David Lansmann, nous explique en quoi la Fédération et la campagne de l'Objet Média poussent le métier de la communication par l'objet à se professionnaliser.

## Quelles sont les étapes importantes de l'histoire de la société Grand Ouest ?

L'entreprise Grand Ouest a été créée en 1989 par Yves Guignon, d'abord en tant qu'agent de marques comme Parker, Guy Degrenne ou encore Bourbon communication. Puis, la société a évolué vers le métier de pur revendeur, afin d'assurer sa pérennité. En 1995, tout juste sorti de l'école, j'ai eu l'opportunité de prendre la suite d'Yves Guignon, qui m'a transmis son « bébé ». En 2001, nous avons intégré notre propre atelier de sérigraphie (TAG, pour Textile Arts Graphiques), puis déménagé dans nos locaux actuels deux ans plus tard. En 2010 nous avons intégré le groupement Eur'Alliance et continué ainsi notre développement. Les deux structures (Grand Ouest et TAG) représentent aujourd'hui 17 personnes et 3 millions d'euros de chiffre d'affaires.

## Sur quoi fondez-vous votre valeur ajoutée ?

Nous essayons de rester généralistes, afin de proposer une gamme complète de produits (goodies, promotion des ventes, cadeaux de fin d'année). Notre expérience, notre bonne connaissance des process du métier, ainsi que notre atelier de sérigraphie intégré nous permettent de répondre aux besoins de nos clients et de bien appréhender leur façon de consommer les objets de communication. Il nous faut, aujourd'hui, pouvoir répondre et livrer rapidement sur stock ou en import quand cela est possible. Il va de soi que nous essayons d'avoir une relation de confiance avec nos clients et nos fournisseurs, afin d'avancer ensemble vers la réussite des projets de nos clients et ceux de notre entreprise.

## Comment avez-vous connu la 2FPCO et pourquoi y avoir adhéré ?

Depuis la création de la 2FPCO, je regardais de loin l'évolution de la Fédération, sans prendre le temps de comprendre ses objectifs et ses actions. Mais au début de la campagne de communication de l'Objet Média, en 2018, nous avons souhaité, avec tous mes confrères du groupement Eur'Alliance, adhérer ensemble à la fédération.



David Lansmann, Pdg de Grand Ouest

© Grand Ouest

Me concernant, c'est une façon de m'impliquer un peu plus dans le développement de notre profession, un moyen de crédibiliser l'Objet Média auprès de nos clients et plus généralement des annonceurs. C'est aussi, bien entendu, une façon de monter à nos clients et prospects le professionnalisme de Grand Ouest.

## Quels bénéfices tirez-vous de votre adhésion à la 2FPCO ?

En participant pour la première fois à l'Université d'été de la 2FPCO, j'ai pu échanger avec mes confrères, sans notion de concurrence, et discuter ensemble de notre métier, de ses difficultés, mais aussi, et heureusement, des plaisirs qu'il procure. Nous bénéficions, sur le site de la Fédération, d'informations qui peuvent nous servir au quotidien, comme les mises à jour relatives au RGPD par exemple. Les informations relayées par Juliette Salomé, secrétaire générale de la 2FPCO, nous permettent d'être au courant des actions menées et de les communiquer autour de nous.

Après un an d'observation et de prise de contact, je me sens assez bien intégré au sein de la Fédération. Je suis satisfait et fier de faire partie de cette aventure qui doit professionnaliser notre métier. Celui-ci en a besoin. Il faut cependant transformer l'essai en 2019, et passer d'un rôle d'observateur au rôle d'acteur dans l'évolution et le développement de notre métier. A moi de me rendre plus disponible et de participer plus souvent aux activités proposées par la 2FPCO, en dehors des grands événements que sont l'Université d'été, l'assemblée générale et la soirée de remise des prix de l'objet publicitaire (Pop's).

## Quel message feriez-vous passer aux non adhérents ?

Faire partie de notre Fédération, c'est vouloir faire évoluer notre métier en le crédibilisant auprès des annonceurs, car nous tous connaissons l'impact positif de l'Objet Média. C'est aussi le moyen de faire progresser nos entreprises dans cet environnement souvent complexe et en perpétuel bouleversement.

[www.2fpc.com](http://www.2fpc.com)