

# « L'OBJET MÉDIA DONNE DE LA CRÉDIBILITÉ À NOS DÉMARCHES COMMERCIALES »



**Marie-Bérengère et Benoît Jauffret ont pris pied sur le marché de la communication par l'objet en reprenant la société Balle de Match (13) en 2009. Adhérente à la 2FPCO depuis 2012, l'entreprise est pleinement engagée au sein de la Fédération et soutient fermement la campagne nationale de l'Objet Média. Explications avec sa dirigeante, Marie-Bérengère Jauffret.**

**Vous avez repris la société Balle de Match en 2009, en pleine période de crise économique. Pourquoi vous êtes-vous lancée et sur quoi avez-vous fondé la valeur ajoutée de l'entreprise ?**

Balle de Match avait des atouts qui nous ont convaincu et décidé à franchir le cap. Benoît et moi avons donc racheté la société en duo et c'est tous les deux que, depuis 11 ans, nous la gérons et la développons. Depuis Aubagne, près de Marseille, entourés de notre équipe de quatre collaborateurs, nous nous attachons à satisfaire au mieux les besoins de nos clients : les comprendre, leur proposer les solutions optimales répondant à leur brief et les livrer dans les temps. Voici les enjeux de notre quotidien.

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

Nous n'étions absolument pas du métier. Ainsi, dès le début, nous avons ressenti le besoin de (mieux) connaître le marché et la filière de l'objet publicitaire. Ce fut notre première motivation pour rejoindre la 2FPCO, en 2012. Nous avons d'abord profité des informations communiquées sur le marché : les données quantitatives, les informations légales... Ceci nous a permis d'avoir une connaissance de notre environnement et nous a aidé à prendre certaines décisions. Les données sur notre marché sont tellement rares, voire inexistantes ! Il y a un réel effort et des actions concrètes menées par la Fédération pour étoffer et actualiser les informations marché, qui sont précieuses et nécessaires, quelles que soient la taille et l'ancienneté de la structure du distributeur.

**Plus de sept ans après, vous êtes toujours adhérents...**

Nous avons des raisons de rejoindre la 2FPCO, mais il faut, au fur et à mesure du temps, des raisons d'y rester. Trois raisons principales sont, à ce jour, à retenir.

Premièrement, nous avons senti, dès notre entrée dans le métier, que celui-ci est peu ou mal considéré dans l'ensemble. C'est la raison pour laquelle nous cautionnons à 100 % la campagne de communication nationale lancée

par la 2FPCO. Il fallait agir pour faire bouger les lignes, dans certains cas se professionnaliser, et ne pas rester le parent pauvre de la communication. Nous n'avons donc pas hésité, même si cela demandait un effort financier, à soutenir les efforts de la 2FPCO dans sa démarche de promotion de l'Objet Média. Nous ne manquons pas de relayer le message à nos clients et prospects. Cela donne du poids et une crédibilité à nos démarches commerciales.

Deuxièmement, il ne suffit plus, aujourd'hui, de répondre aux briefs des clients. Le métier a évolué depuis notre reprise en 2009. Nous sommes passés de vendeurs de goodies à des conseillers en communication par l'objet. Les acheteurs, pour la plupart des jeunes issus d'écoles de commerce, nous challengent au quotidien. Ils n'attendent pas seulement que nous leur livrions ce qu'ils ont commandé, mais que, en amont, nous les orientions sur les objets tendances, les techniques de marquage qui donneront du relief à leur logo, des alternatives durables, etc. Nous devons souvent décrypter, interpréter des briefs plus ou moins précis.

La 2FPCO met à notre disposition, entre autres, une présentation pour accueillir les collaborateurs et les informer et former sur le métier. Charge ensuite à chacun de rester ouvert et connecté aux tendances, aux nouveautés, et de détecter les besoins du marché pour mieux les satisfaire. Nous avons ainsi rejoint, cette année, le programme Qualiserv, proposé et encadré par la 2FPCO. Compte tenu du profil « grands comptes » de notre clientèle et de ses exigences, la certification était une évidence. Considérant la taille de notre structure, il ne fallait pas s'engager dans une démarche trop lourde, en temps et en ressources. La certification Qualiserv a le gros avantage d'être très adaptée à notre secteur d'activité et à des tailles d'entreprises modestes. Nous sommes efficacement et agréablement accompagnés par Gérald Paya dans cette démarche.

**Quelle est la dernière raison qui vous pousse à rester adhérent aujourd'hui ?**

Les moments conviviaux, studieux et non moins festifs, tels que l'Université d'été et les collèges distributeurs. Ce que nous recherchons dans ces réunions, c'est l'échange entre confrères. Nous partageons et nous nous apercevons que nous avons tous plus ou moins les mêmes problématiques. Quand j'ai entendu, pendant un collège, un « gros » distributeur avouer qu'il ne savait pas comment gérer son stock d'échantillons, ça m'a rassuré ! L'aspect festif de ces événements était une motivation secondaire, cependant, dès le début, nous y avons pris du plaisir. Tout le monde y trouve son compte, quelles que soient les attentes de chacun. Au fil du temps, on se crée une bande d'amis, confrères distributeurs et fournisseurs, qui prend plaisir à se retrouver régulièrement. Tisser des liens privilégiés rend les relations plus agréables, encore plus pour notre travail au quotidien.

Compte tenu de tout ce qui précède, vous comprendrez que je ne regrette pas notre adhésion à la 2FPCO et que j'invite tous les sceptiques à franchir le cap, pour bénéficier de tous les avantages cités ici. Et surtout, plus nous serons nombreux, plus nous serons forts !