



Antony Villeger, président de la Commission Responsable 2FPCO.

« ÉCO- CONCEVOIR LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION PAR L'OBJET »

La 2FPCO lance sa Commission Responsable, dédiée aux professionnels de l'objet média, pour les accompagner dans leur démarche d'éco-communication. Cette commission a pour ambition de changer le regard des annonceurs sur l'objet média et d'améliorer leurs pratiques au quotidien. Les explications d'Antony Villeger, directeur général de la société SAMM Trading (51) et président de la Commission Responsable 2FPCO.

« Par conviction personnelle, je revendique depuis plusieurs années une préoccupation environnementale et sociale. Je considère que cette démarche fait plus que jamais partie de notre expertise métier et de la responsabilité du chef d'entreprise, au moment où tous les acteurs de nos métiers parlent RSE. Ainsi, fabricants, importateurs, distributeurs, agences, marqueurs ou annonceurs auront accès à des recommandations concrètes et pratiques pour formaliser une démarche responsable et éco-concevoir leurs campagnes de communication par l'objet média.

Dans un premier temps, nous amorçons une démarche de sensibilisation au développement durable à destination des adhérents de la 2FPCO. Cela consistera à sensibiliser en interne les adhérents de la Fédération sur ces problématiques, avec un enjeu central : intégrer la notion de développement durable et d'éco-conception le plus en amont possible de toute réflexion marketing, c'est-à-dire dès la phase de brief. Puis, nous travaillerons plus avant sur les aspects marketing, communication et éco-conception, par le biais d'ateliers. En parallèle, nous organiserons des dialogues entre annonceurs et professionnels, pour déterminer les attentes des entreprises en matière de développement durable. Notre cœur d'action porte sur le renforcement de la communication par l'objet média dans les entreprises. Il s'agit donc, pour nous, d'aider les annonceurs à réfléchir à l'intégration et à la prise en compte du thème du développement durable dans leurs campagnes de communication par l'objet, la plupart d'entre eux étant maintenant très mobilisés sur l'aspect global de cette question au travers de leur politique RSE.

Certaines entreprises adhérentes sont extrêmement en avance et se sont impliquées depuis dix ans dans cette démarche. D'autres commencent seulement à s'y intéresser. Rattrapons le temps perdu !

DIALOGUE ET BONNES PRATIQUES

En première étape, nous organiserons donc des réunions de travail au sein de la Commission Responsable (où le développement durable sera le sujet permanent), des ateliers de formation pour vos équipes et des « sessions-dialogues » entre annonceurs et acteurs du marché. De plus, sur la base de ces dialogues, nous proposerons des documents pratiques à destination de la totalité de l'écosystème de l'objet média. De la mise en place stratégique de nos réflexions communes à la fabrication des outils de communication, nous nous interrogerons sur la meilleure façon de nous approprier les méthodes émergentes pour concevoir une réponse client plus vertueuse et plus respectueuse de l'environnement.

Puis, viendra la seconde étape : éduquer nos clients sur ces questions de fond, en leur apportant des solutions plus environnementales, tout aussi économiques et efficaces. De l'importateur au marqueur, c'est ainsi toute la chaîne de compétences qui ajoute sa pierre à l'édifice, nous permettant de mettre en avant les bonnes pratiques et les efforts entrepris par la 2FPCO et ses adhérents. »

La Commission Responsable représentera le spectre complet du marché de l'objet média, issu des collègues importateurs, fabricants, distributeurs, marqueurs et agences. Dans cette approche nous rejoignent : Eva Aguilar (BORACAY), Vanessa Etienne (ROSE), Delphine Lochon (EURODOR), Karen Recchi (TEXET), Herminie Lebrun (FRANCEPROMOTION), Bernard Debargue (ARBRE À BULLES), Christophe Plassard (BAILLARD), Frédéric Misseri (LAGARDÈRE) et Peter Paraskov (TOPPOINT).