

CONSCIOUS

AVANT-PREMIÈRE

Les bonnes pratiques de la communication par l'objet

**POUR FAIRE DU GREEN
DOIT-ON VOIR TOUT EN VERT ?**



CONSCIOUS PROJET

Concevoir, fabriquer, transporter,
distribuer, consommer, en accord
avec ses valeurs

FAISONS LE POINT

Composite, recyclé,
biodégradable...
Zoom sur 6 notions

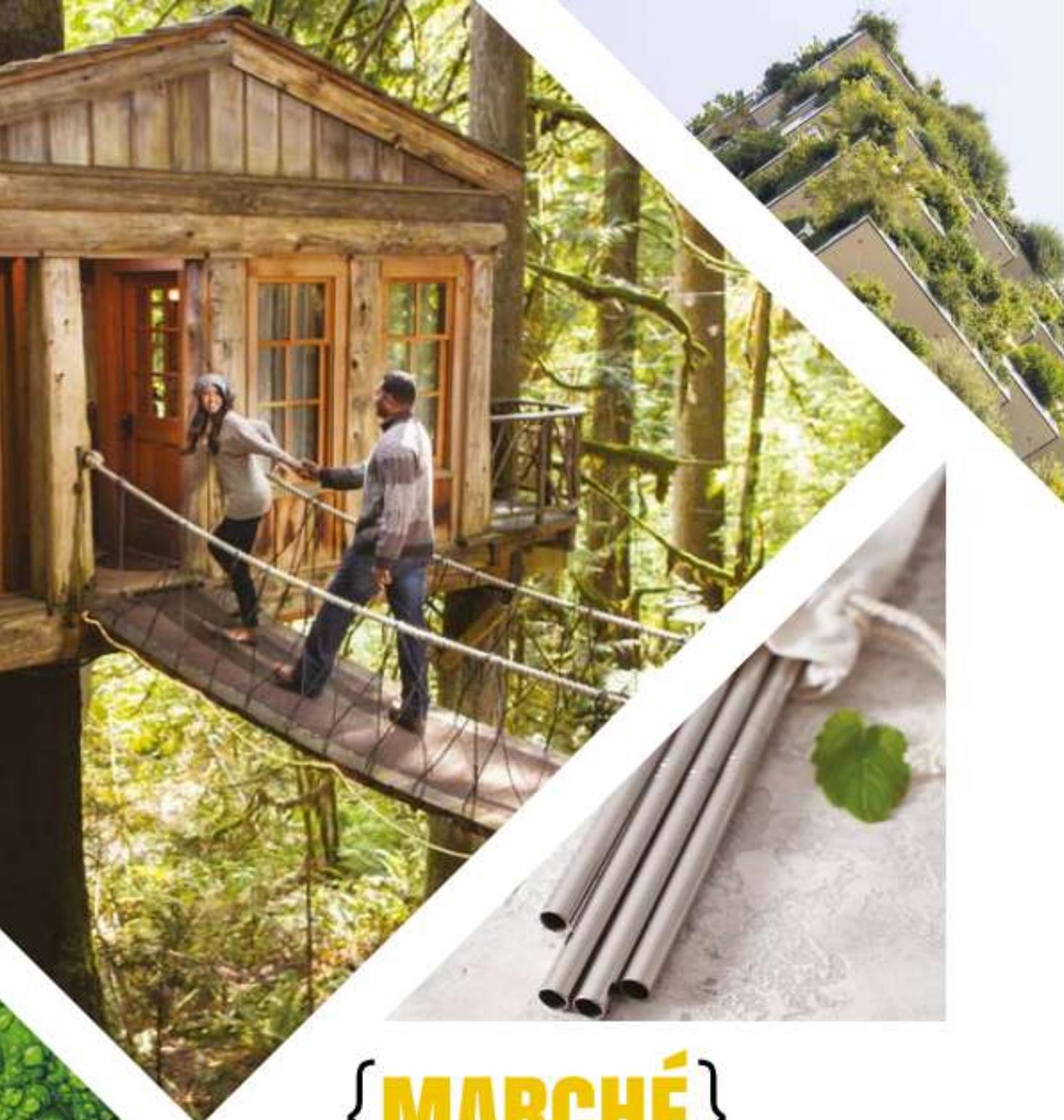
À DÉCOUVRIR

La forêt BIC®, l'Opération
Clean Sweep®, les 3R



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

CONSEIL • PRODUCTION • SUIVI



{ MARCHÉ }

Pour faire du green doit-on voir tout en vert ?

Vous communiquez souvent via des supports sur lesquels vous n'avez pas la main. Le web, la TV, la radio, de même pour les magazines et les 4x3, vous ne maîtrisez ni ce qui les compose, ni leur provenance et encore moins si la manière dont ils sont gérés est en adéquation avec vos valeurs.

C'est en revanche pleinement votre pouvoir quand il s'agit de communiquer en offrant un produit ou un vêtement. Les mots qui vous touchent comme responsable, durable, écologique vont prendre toute leur valeur au travers de vos choix.



ALYS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

CONSEIL • PRODUCTION • SUIVI

CONSCIOUS OU PAS CONSCIOUS ?

Vous êtes-vous déjà demandé ce que signifie responsable ? La responsabilité c'est la globalité, c'est prendre un projet de A à Z, c'est concevoir, fabriquer, transporter, distribuer et consommer, le tout intelligemment. Agir par touche n'a pas de sens, peindre sa vitrine en vert ne rendra pas vos actions écologiques. Et si aujourd'hui vous passiez du mode projet au mode « conscient projet » ? Conscience, lucidité et intelligence, voici les 3 maîtres-mots d'une démarche conscient.



CONCEVOIR CONSCIOUS

Toute entreprise doit communiquer, c'est le poumon du développement. Concevoir sa communication en mode « conscient » c'est donc travailler en amont pour s'assurer d'avoir le temps de bien choisir. Le choix des objets est fondamental et pour bien le faire, il est important d'être accompagné par une Agence experte en la matière. Concevoir conscient c'est le fait d'aligner vos objectifs marketing et communication avec les bons process.

FABRIQUER CONSCIOUS

Et si le tout made in France n'était qu'un fantasme ? Certains produits sont fabriqués en Chine uniquement et nulle part ailleurs. Le public les demande et s'en sert. Les a priori des usines chinoises sales, des normes aléatoires, des conditions de travail déplorables et de la zéro gestion des déchets sont de moins en moins légion. On peut, aujourd'hui, fabriquer ses objets en Chine dans l'objectif d'une démarche responsable. Fabriquer conscient c'est le fait de mixer ce qu'il est possible de faire avec vos volontés.

TRANSPORTER CONSCIOUS

Le transport devient une nation primordiale lorsque l'on veut calculer son bilan carbone. Mais sachiez-vous que lorsque l'on fabrique



loin, le bateau ou l'avion ne sont plus les seules solutions. Dorénavant il est possible de faire venir les produits par le train depuis l'Asie. À titre d'exemple, pour un trajet Shanghai / Bourges, il faudra à votre commande 7 jours par avion, 25 jours en train et 38 jours en bateau. Attention cependant, certains produits ne sont pas adaptés au transport par train à cause des vibrations. Transporter conscient c'est aussi se donner le temps pour anticiper sa commande.

DISTRIBUER CONSCIOUS

Il ne faut pas se détourner des objets

de communication car ils restent la meilleure solution de mémorisation. Comment mettre fin aux polémiques qui disent qu'ils ne sont qu'encombrement ? Ils sont votre meilleur allié pour une communication qui créera de l'attention et de l'engagement. On aime l'idée d'offrir une gourde logotée à ses collaborateurs, et ce afin de remplacer les gobelets et bouteilles à usage unique au sein de son entreprise, tout en mixant sentiment d'appartenance pour les équipes et transmission d'une vision d'entreprise. C'est d'ailleurs là, un pas dans sa démarche RSE*. On aime aussi l'idée que les clients ont,

quoi que l'on en pense, besoin de blocs-notes et de stylos pour travailler, alors autant qu'ils utilisent ceux qui portent votre logo d'entreprise pour les inciter à penser à vous lors de leur utilisation.

Après quoi, il est possible de réfléchir à la façon d'offrir. Un objet ou un textile dans un sachet plastique ou non ? Selon votre projet et votre objet, faut-il emballer ? Faut-il suremballer ? Y a-t-il des questions d'hygiène ? De fragilité du produit ? Posez-vous ces questions, aussi bien au stade du transport qu'au stade de la distribution. Et pour vous inspirer sur la meilleure façon de sublimer vos cadeaux de marque et offrir avec soin et attention, découvrez notre dossier L'art d'offrir en page 69.

Distribuer consciencieux c'est allier la mise en scène de l'acte d'offrir avec toutes les modalités propres au produit en s'étant donné le temps de bien choisir.

CONSOMMER CONSCIEUX

« Moins mais mieux », le nouvel étendard ? On vous laisse méditer !



Vous vous interrogez sur vos propres messages de communication et sur ce que vous pouvez dire ou ne pas dire en matière de green, que ce soit sur votre entreprise vis-à-vis de ses engagements ou sur les valeurs écologiques de vos produits ? Pour que chacun puisse prendre ses propres responsabilités, l'ADEME, l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise d'Énergie, a conçu un guide anti-greenwashing à lire ab-so-lu-ment.



WASHI-WASHA...



c'est quoi le washing ?

Greenwashing : C'est le fait de « verdir » sa communication sans appliquer réellement une politique écologique.

Wokewashing : C'est le fait de créer de toute pièce un éveil sociétal sans l'acter dans les démarches d'entreprise.

Goodwashing : C'est faire la promotion du bien sans se l'appliquer à soi-même. D'où le dicton « Faites ce que je dis mais pas ce que je fais ».

Purposewashing : C'est inventer une raison d'être de l'entreprise qui n'est pas en accord avec ce que représente l'entreprise.

Frenchwashing : C'est faire apparaître des mentions visant à tromper le client sur l'origine réelle du produit.

Et pour aller plus loin, connaissez-vous la « fenêtre d'Overton » ?

Elle désigne le champ des idées communément « acceptables ». Tenter d'élargir la fenêtre c'est aborder des notions au-delà de ce cadre pour faire accepter ce qui aurait normalement semblé non acceptable.

“ L'urgence est l'ennemi de la responsabilité sociétale. Avec l'aide d'un professionnel, un projet anticipé sera bien pensé. ”



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

LES INITIATIVES À SALUER, INSPIRANTES ET MOTIVANTES

La forêt BIC® au Kenya

BIC® Graphic Europe et Treadom® créent une forêt ! En achetant des produits BIC® portant le logo Treadom® alors vous contribuez à la création d'une forêt au Kenya. Avocats, manguiers ou encore goyaviers seront plantés. Un seul but : améliorer l'environnement en développant des écosystèmes durables. Des stylos pour une forêt !



Opération Clean Sweep®

Quand l'industrie empêche le plastique de se retrouver dans la mer. Les partenaires de l'Opération Clean Sweep® sont à la pointe des efforts pour empêcher que les granules de plastique indispensables à leur production se disséminent dans la nature et dans les océans. Un programme d'envergure internationale conçu par la filière plastique et issu du Grenelle de l'Environnement.

À lire aussi,

Pour les détracteurs du plastique, notre dossier spécial sur l'économie circulaire en page 54. Le plastique peut toujours être fantastique, s'il est recyclable par exemple. Et surtout recyclé. Prêt(e) à changer d'avis ?



Les 3R, Réduire, Réutiliser, Recycler

L'apparition de ce sigle 3R date du premier sommet du Jour de la Terre. Il est question de repenser notre mode de consommation. La Fibre du tri a créé le #RRR en 2019 pour alerter l'opinion sur la quantité de déchet dans l'industrie textile. Il est question de donner une deuxième vie aux vêtements. Sur le marché du textile promotionnel, il est possible aussi de changer les choses. Offrir un textile lors d'un événement, c'est penser aussi au fait que l'utilisateur final ait envie de le reporter à nouveau en dehors de ce moment.



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

FAISONS LE POINT

Il est devenu très courant d'entendre les termes composite à partir de matières biosourcées, recyclé, issu de l'agriculture biologique, biodégradable, durable ou encore made in France. Mais à quoi correspondent-ils vraiment ? Afin de tous parler des mêmes notions, 6 termes sont décortiqués dans ce dossier.

Les matériaux composites à partir de matières biosourcées

Pour commencer, il nous paraît indispensable de définir les termes « matériaux composites » et « matières biosourcées ».

D'un point de vue purement structural, le matériau composite est « formé de plusieurs composants élémentaires dont l'association confère à l'ensemble des propriétés qu'aucun des composants pris séparément ne possède. »*

La matière biosourcée est issue de la biomasse végétale ou animale. Le terme bio ici n'indique absolument pas une origine Agriculture Biologique.

On appellera biocomposite l'assemblage de deux matières différentes, d'une part ce que l'on nomme MATRICE (la mélamine par exemple) et d'autre part des fibres végétales, que l'on appelle RENFORT (maïs, blé par exemple). NDLR : entendez par biocomposite la contraction des mots biosourcé et composite.

Le renfort est transformé en poudre afin

de l'y mêler au mieux avec la matrice. Ce matériau composite peut se modeler facilement afin de donner des objets comme des gobelets, des couverts, des stylos, ou autres.

Avant d'arriver sur le marché promotionnel, les matériaux composites ont été, et sont toujours, très utilisés dans le secteur du bâtiment. Pour exemple de l'usage dans ce secteur, la plupart des maisons sont équipées de terrasse en composite.

Les fibres végétales que l'on retrouve fréquemment sont : le bambou, le riz, le blé, le maïs mais aussi le marc café. Cependant, il est important de rappeler que les matériaux composites ne sont pas tous recyclables, ou difficilement. La polymérisation plastique + végétal n'est pas une donnée prise en compte actuellement par les chaînes de recyclage. Chaque composant se recyclerait individuellement mais le mélange des deux, « bambou + plastique » par exemple, ne se recycle pas. Une idée pas totalement verte... Alors oui, pour une consommation plus responsable mais attention à connaître l'impact de l'avant et de l'après consommation.

“

La matrice et le renfort forment un composite aux propriétés supérieures.

”

À BASE DE PAILLE DE BLÉ



BIO-BASED

Anglicisme souvent rencontré pour nous signifier que maïs, marc de café, paille de blé, entre autres composent dorénavant les carénages des bentos, enceintes, powerbanks ou encore de stylos par exemple. L'occasion de composer une gamme de cadeaux avec la même base de biocomposite. En travaillant vos cadeaux sur plusieurs mois vous véhiculerez un message sur le long terme.

À BASE DE MAÏS

Green Line



À BASE DE MARC DE CAFÉ



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

CONSEIL • PRODUCTION • SUIVI



Les produits recyclés

Issus du recyclage d'autres produits, les produits recyclés offrent donc une seconde vie à des produits destinés à la poubelle. Certains sont conçus à partir de briques de lait, de pots de yaourts ou encore de bouteilles d'eau (exemple de rPET)... tant de produits sont possibles, utiles et originaux. Les produits recyclés tendent à prendre une part de plus en plus importante dans notre façon de consommer.



À BASE DE
CARTONS ALIMENTAIRES

ecoLine



EcoLine Pen

À BASE DE PET RECYCLÉ

K-PET Line



PET
RECYCLÉ

ZOOM SUR LE rPET

Le rPET, polyéthylène téréphtalate recyclé, est une matière plastique de plus en plus utilisée dans l'industrie textile, c'est pourquoi il est possible de trouver des lingettes pour nettoyer ses lunettes, des tours de cou ou encore des sacs banane. Ils sont issus du recyclage des bouteilles en PET.



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

CONSEIL • PRODUCTION • SUIVI

100 % BAMBOU ≠ BAMBOU COMPOSITE



Aujourd'hui le bambou est le produit star dans le monde de l'écologie (bien qu'en y regardant de plus près la culture intensive de cette plante peut détruire la biodiversité de certains territoires).

Aujourd'hui, il est important de faire la différence entre la plante dans son aspect le plus brut et la fibre végétale (ou cellulose). En effet, lorsque le bambou est en contact avec de l'alimentaire s'il est dans son aspect plante brute aucun souci. Les pailles 100 % bambou sont un produit idéal pour siroter ses boissons préférées ! En revanche, lorsqu'il est sous sa forme composite, méfiance. Lors des tests réalisés en laboratoire les taux de migration de la matrice (la mélamine) dans l'alimentation varient fortement d'un lot à l'autre

lorsque le produit est en contact avec un élément chaud (type thé ou café). Cette migration en taux supérieur à la norme autorisée est avérée cancérogène. Pour l'heure, aucune réglementation n'existe, cependant en Autriche le principe de précaution a été activé pour interdire la vente de vaisselle à partir de bambou. Soyons clair, ce danger ne concerne que les produits en contact avec de l'alimentaire à température élevée, pour les autres produits confectionnés avec de la fibre de bambou aucun danger sanitaire !*

Les produits issus de l'agriculture biologique

Selon le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, « l'agriculture biologique constitue un mode de production qui trouve son originalité dans le recours à des pratiques culturales et d'élevage soucieuses du respect des équilibres naturels. Ainsi, elle exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des OGM et limite l'emploi d'intrants. » Ce mode de consommation et de vie est entré dans notre culture, la gamme est alors beaucoup plus variée.



LE COMPOSTABLE, C'EST QUOI ?

Si le produit est compostable, il est de fait biodégradable. La différence c'est que vous pouvez récupérer du compost afin de fertiliser les sols.



Les produits biodégradables

Le terme biodégradable s'applique aux produits conçus en matière organique qui se décompose sans effet nocif dans l'environnement. Le critère « durée » rentre en ligne de compte pour créditer un produit de la mention biodégradable. En effet, le temps de décomposition doit être relativement court en année humaine. C'est pour cela qu'une canette en aluminium n'est pas considérée comme biodégradable car elle met plusieurs centaines d'années à disparaître. Attention un produit biosourcé ne veut pas dire biodégradable. Lorsqu'on parle de biodégradation, on se focalise sur la fin de vie du produit en lui-même alors que le biosourçage qualifie l'origine des matériaux.



RIEN NE SE PERD...

Le poncho réalisé à partir d'amidon de maïs est 100 % biodégradable et compostable, un atout indéniable pour notre écosystème.

Autres produits ingénieux : les produits à planter comme ces enveloppes ou kits de plantation. Ne mettons plus à la poubelle, plantons pour obtenir un joli parterre de fleurs. Redonnons une seconde vie à nos produits. On aime le fait de ne pas produire de déchets.



ALVS
COMMUNICATION
PAR L'OBJET

Les produits perdurables

Durable signifie de nature à durer longtemps alors que « perdurable » signifie « éternel », qui dure toujours. Alors durable c'est bien mais perdurable c'est encore mieux ! Car quoi de mieux que d'affirmer la perdurance et, pour une marque, d'incarner cette valeur de temps lors d'un cadeau promotionnel. N'oubliez pas l'adage qui dit que les objets « perdurent » à travers le temps. C'est parce que le produit est utile qu'il génère la transmission.



UTILISER & RÉUTILISER

Quoi de mieux pour porter haut les couleurs de la perdurance que la gourde en acier inoxydable ou le sac lunch box en Tyvek®, cette matière est non toxique et recyclable. La gourde et la lunch box sont lavables et réutilisables. Ces produits perdurables iront où vos clients iront, à jamais inséparables. L'objet promotionnel n'est plus éphémère mais perdurable pour une consommation plus responsable. Et si l'upcycling (en français, surcyclage ou recyclage par le haut) était une autre solution ?

BLEU-BLANC-ROUGE

Originellement fabricante de crayons à papier, la marque La Compagnie Française des Crayons vient de confectionner un stylo à bille made in France. Après plus d'1 an et demi de R&D, pour concevoir et assembler chaque pièce, le stylo au design épuré est né. Les pièces de métal sont tournées à l'atelier au même endroit que là où le bois issu de forêts labellisées PEFC et FSC est lui-même travaillé.

Étui carton 100% recyclé

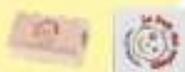


Chêne du Val de Loire et Nouvelle Aquitaine



Décolletage/Anodisation & Matière France

LA COMPAGNIE
FRANÇAISE
DES CRAYONS



Les produits made in France



Le made in France est plus qu'un effet de mode, c'est une véritable prise de conscience sur le fait de consommer autrement. À l'heure actuelle, 59 % des Français estiment que le pays de fabrication est un critère de choix important au moment d'achat d'un produit ou d'un service*. Acheter made in France c'est effectivement faire fonctionner l'économie à l'intérieur même de son pays, à l'image de ces produits en cuir.



RÉSUMONS

Un choix de produits de plus en plus large s'offre à vous pour communiquer différemment. Pensez-y et à ce que vous voulez transmettre de vous. Et n'oubliez pas que non, on ne s'achète pas un comportement et une conscience green juste parce qu'on utilise ces objets pour communiquer. On doit aligner sa communication, ses actions, ses valeurs et ses engagements.

ALYS

COMMUNICATION
PAR L'OBJET

