LE SEUL MAGAZINE CONSACRÉ AUX OBJETS ET AUX CADEAUX PUBLICITAIRES

[DOSSIER SPÉCIAL]

INFOS EXCLUSIVES

UN OBJET PUB, C'EST QUOI ?

"Oh! magazine

by **Avenir Communication**"



[CARNET DE TENDANCES]

laquelle vous inspire le plus ?

[GESTION DE PROJETS]

les clés de la réussite

[CRASH TEST]

les 8 catégories phares de l'objet pub

[ON A AIMÉ]

LES CHOUCHOUS DE LA RÉDAC

[LE COTON, C'EST PAS COTON]

COMMENT RECONNAÎTRE LA QUALITÉ D'UN TEE-SHIRT

[EXPERT LAB]

[1 PRIX = 1 QUALITÉ]

DÉCRYPTAGE DU PRIX D'UN OBJET PUB

[LES INDISPENSABLES]

[LUXE]

INNOVEZ ET CRÉEZ LA SURPRISE !

Numéro 01

3 637810 180323

Avenir communication

L'identité par l'objet cadeau

Après la certification, le pop.

L'entreprise Avenir Communication a été distinguée par la Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO) à Lyon.



Vanessa Gabillier et Johan Chapellier, cogérants

Créée en 1992 par Annick Duchesne, notre mère, et cogérée par nos soins depuis 2006, nous sommes spécialisés dans la communication par l'objet, et nous nous sommes vus décerner un Pop d'argent au salon CTCO de l'objet publicitaire à Lyon par la Fédération Française des Professionels de la Communication par l'Objet (2FPCO). Nous sommes ravis d'avoir obtenu cette médaille d'argent du trophée Pop (Prix de l'Objet Publicitaire, catégorie distributeur de l'année + 5M d'€ de CA). Cette récompense signifie que l'entreprise est classée parmi les meilleures agences en objet média pour l'année 2017. Ce trophée vient s'ajouter au label Qualiserv que nous avons obtenu en 2015, signe du professionnalisme de chacun de nos collaborateurs au sein de notre entreprise.

Un titre prestigieux dans le métier de l'objet média

«Dans un domaine de plus en plus exigeant et technologique, notre mission principale reste de fournir nos clients dans le meilleurs délais et au plus bas coût, en objets promotionels ou en cadeaux dont ils ont besoin. Notre force est notre longue expérience et notre réactivité. C'est dans ce sens que nous avons obtenu en 2015 le label certification Qualiserv et, en février dernier, la médaille d'argent du trophée Pop's dans la catégorie «distributeur de l'année» au chiffre d'affaires supérieur à 5M d'€», rapportent Vanessa et Johan. *«Si notre société a eu l'honneur de gravir la seconde marche en tant que meilleure agence conseil en communication par l'objet, c'est l'ensemble de l'équipe de communication qui, associée à ce titre prestigieux dans le métier de l'objet média, via le vote des fournisseurs, doit être remercié»* concluent les cogérants.



Avenir Communication, située depuis 2008 zone Actiparc, c'est 400 m² de bureaux, 600m² de stockage et dispatching (capacité de 208 palettes) et un showroom de 500 m² qui propose 80000 références (le plus grand de la profession). L'entreprise compte 18 collaborateurs *«et nous allons encore recruter cette année»*, indiquent Vanessa Gabiller et Johan Chapellier. La société affiche un chiffre d'affaires en constante progression (7.4 millions d'euros en 2017). Elle propose tous types de produits (écriture, bagagerie, texile, électronique, goodies, agendas, ...) importés par l'intermédiaire de fournisseurs étendus au sein de l'Union européenne et en Asie.

ÉDITOh!

Avez-vous déjà entendu un de vos clients dire «MERCI» après avoir vu votre affiche 4 x 3 ? Après avoir entendu votre spot radio ? Après avoir vu votre page de pub dans un magazine ou même votre pub TV ? Non...

L'objet publicitaire, média récompensé par 100% de «MERCIS»

En revanche, lorsque vous offrez à votre client ou à votre collaborateur un objet promotionnel, vous êtes assuré de recevoir un «MERCI» en retour. L'objet publicitaire est le seul et unique média dont la diffusion est récompensée par 100% de «MERCIS».

Le remerciement de la part d'un client est le Graal de toute entreprise, multinationale ou individuelle. C'est d'ailleurs une des seules fois où elles jouent à égalité. Idem pour un collaborateur, lorsqu'il vous remercie, il vous transmet la gratification absolue. Un collaborateur heureux est un collaborateur qui parle positivement de son entreprise.

Un maximum de «MERCIS»

Contactez des experts de l'objet publicitaire et du cadeau d'affaire. Ils vous conseilleront et vous feront découvrir les produits qu'ils distribuent en exclusivité !

+ de 25ans d'expérience

Showroom de de 500 m²
Le plus grand de la profession !

2FPCO FÉDÉRATION FRANÇAISE DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION PAR L'OBJET
www.2fpco.com

avenir-communication.com

Tél.: +33 (0)2 41 52 79 39
Email : commercial@avenir-communication.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Avenir Communication SAS ZA Anjou Actiparc de Jumelles • Allée des Gâts • CS73 • 49160 LONGUÉ-JUMELLES (Fr) • Fax : +33 (0)2 41 52 38 38

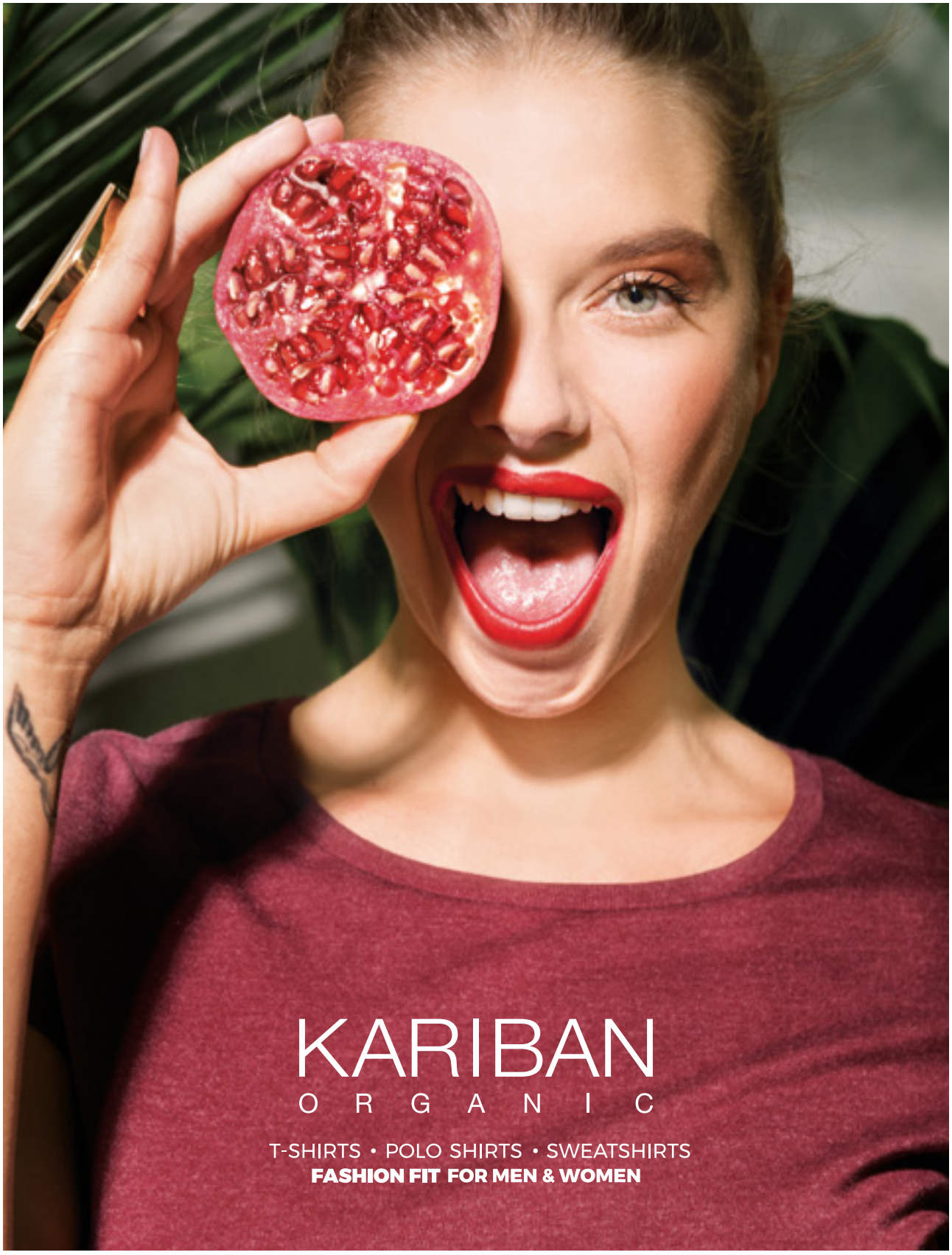
L'objet média, un média à part entière

L'objet publicitaire, véritable média aux performances méconnues, pèse pourtant 3,9 % des investissements du secteur de la communication, proche de l'affichage et devant la radio et le cinéma. Média désiré et non imposé, il offre un taux de mémorisation (75%*) et de satisfaction particulièrement élevé. La Fédération Française de la Publicité par l'Objet rassemble des experts en stratégie de communication à votre écoute pour vous accompagner dans vos projets et vous fournir plus de conseils, plus de qualité et de responsabilité, dans le respect de la charte éthique et du développement durable.

* Source enquête CSA research/2FPCO du 18 juillet 2017

L'OBJET MEDIA

2FPCO FÉDÉRATION FRANÇAISE DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION PAR L'OBJET



Collection fabriquée à partir de coton biologique et contrôlée par ECOCERT GREENLIFE :

OCS100 pour les produits 100% coton. **OCS BLENDED** pour les produits mélangés coton/polyester et coton/viscose.

NO LABEL Puce de taille décalée et sans étiquette pour une personnalisation facile.

SOMMAIRE



P7 - DOSSIER SPÉCIAL L'OBJET PUB'


P23 - CARNET DE TENDANCES


P33 - GESTION DE PROJET



P42 - NOUVEAU CONCEPT BASE


P45 - CRASH TEST



P66 - SHOPPING


P64 - #LESCHOUCHOUS DELARÉDAC'

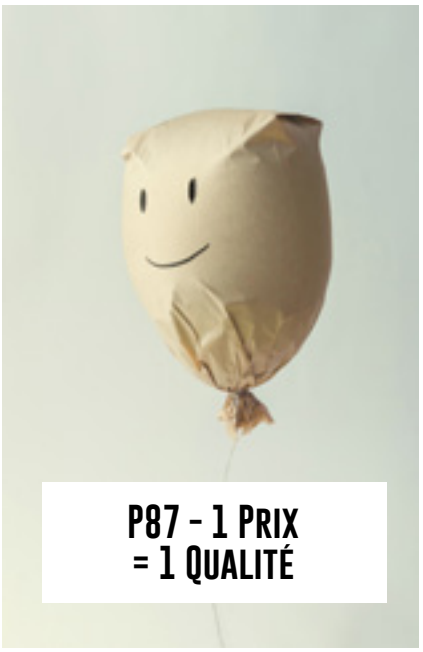

P70 - STYLE LADIES & GENTLEMEN



P73 - Le coton, c'est pas coton ?



P81 - L'Expert Lab



P87 - 1 Prix = 1 Qualité



P91 - Les indispensables



P96 - LifeStyle



P101 - Luxe



P111 - Jeux Horoscope

P114
Un objet vous plaît ? Personnalisez-le avec votre logo !

Vous voulez passer commande ?

XVIIIème siècle

Les bagues de cigare



Josiah Brown décide de personnaliser les bagues de cigare pour augmenter ses ventes « Monsieur X vous souhaite une excellente nouvelle année ».

1886

Les modèles réduits



A l'occasion du voyage de la Statue de la Liberté vers les Etats-Unis, Monsieur Gaget a l'idée de réaliser des modèles réduits pour les commercialiser en tant que souvenirs.

1945

Les bons d'achat



La période de restriction due à la 2nde Guerre mondiale va faire évoluer les objets de communication vers des contenants recyclables que l'on gagne grâce à des bons d'achat.

1960's

Les collectomanias



Développement fulgurant avec les « collectomanias », notamment de porte-clés !

1980's

Les produits de masse



Arrivée des produits tels que : stick autocollant, magnet, pare-soleil, T-shirt, etc.

1990's

Pin's mania



C'est la folie du Pin's. Une mode, une façon d'être... La folie du Pin's a atteint toute une génération qui ne jurait plus que par cet accessoire. Il en fallait toujours plus !

2000's

L'objet Pub'



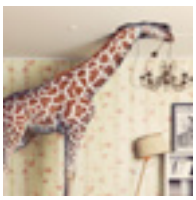
Le marché de l'objet publicitaire se veut innovant et qualitatif.

L'objet publicitaire

Un puissant outil marketing différenciant. Pourquoi lire ce dossier sur l'objet publicitaire ?

Véritable guide de l'objet publicitaire, ce dossier vous donne, clé en main, tous les éléments pour optimiser vos investissements publicitaires. Quand les budgets de communication se resserrent et que l'heure est au calcul du ROI, la meilleure manière d'investir correctement est de comprendre ce que vous achetez. L'objet publicitaire peut paraître ordinaire mais il est possible de le transformer en un puissant outil marketing.








RÉF OXP018896 - SAC DE SPORT MULTIPOCHES

Comment définir l'objet publicitaire ?

L'objet publicitaire, objet pub' ou objet promotionnel est un moyen utilisé en publicité ou en communication pour promouvoir la notoriété d'une marque.
Il s'agit, avant tout, d'un support qui va parler à ceux qui vont l'utiliser ou simplement le voir. À moindre coût, il garantit une grande visibilité et augmente réellement la reconnaissance de la marque, son image, sa notoriété. Il s'agit d'une technique de promotion visant à envoyer un message à une cible en prenant pour support un produit, utile, universel et de bonne qualité.

« Tous les objets ne se ressemblent pas, mais doivent vous ressembler »

Donnez une image unique et différente de votre entreprise au travers de vos objets. Personnalisez-les ! En panne d'inspiration ? 6 tendances pour vous démarquer en page 23

Comment utiliser efficacement l'objet publicitaire ?

L'objet publicitaire peut avoir de nombreuses utilisations :
Le cadeau d'affaires ou de fin d'année a pour but de remercier un client, un collaborateur ou un partenaire.
Le goodies est remis gratuitement, c'est souvent un produit de faible valeur unitaire, distribué en grande quantité lors d'animations commerciales.
L'objet de promotion est généralement distribué lors de lancement de produit.
Le cadeau de fidélisation sert à entretenir une relation client, fournisseur.
Le cadeau de motivation ou cadeau de stim est une récompense pour encourager des collaborateurs.
Le produit dérivé est un objet marqué et vendu comme, par exemple, les jouets dérivés de films pour enfants (fortement réglementés notamment vis-à-vis des lois sur la contrefaçon).
La PLV (Promotion sur Lieu de Vente) va utiliser les objets publicitaires sur les lieux de vente, pour mettre en valeur la marque à l'endroit où le client consomme.


RÉF STI018867 - MONTRE ALESSO

QUELS SONT LES 6 OBJECTIFS DE L'UTILISATION D'UN OBJET DANS SES PROJETS DE COMMUNICATION ?

1. Se faire connaître
2. Renforcer l'image de marque et la notoriété
3. Fidéliser ses clients
4. Optimiser ses relations commerciales
5. Faire du team building
6. Booster son CA

Un média qui pousse à dire Merci !

Grâce à la communication par l'objet une entreprise peut assurer un accroissement de son audience car les consommateurs l'utiliseront régulièrement. Ceux-ci seront stimulés par le message publicitaire ou le logo imprimé dessus. Facilement mémorisable, il augmente l'effet désiré par les entreprises et offre une large diffusion. Synonyme de cadeau, l'objet pub suscite un intérêt pour celui qui le reçoit et optimise les valeurs d'une entreprise.

L'objet publicitaire permet de joindre l'utile à l'agréable et garantit une forte visibilité pour une marque. C'est d'ailleurs pour cela que les annonceurs se tournent de plus en plus vers ce vecteur de promotion, mais aussi, et surtout, pour son coût faible et son impact important.

La communication par l'objet repose sur une stratégie basée sur l'utilité. Le coût par impact d'un objet de communication peut être faible, ce qui constitue le meilleur retour sur investissement parmi les différents médias promotionnels.



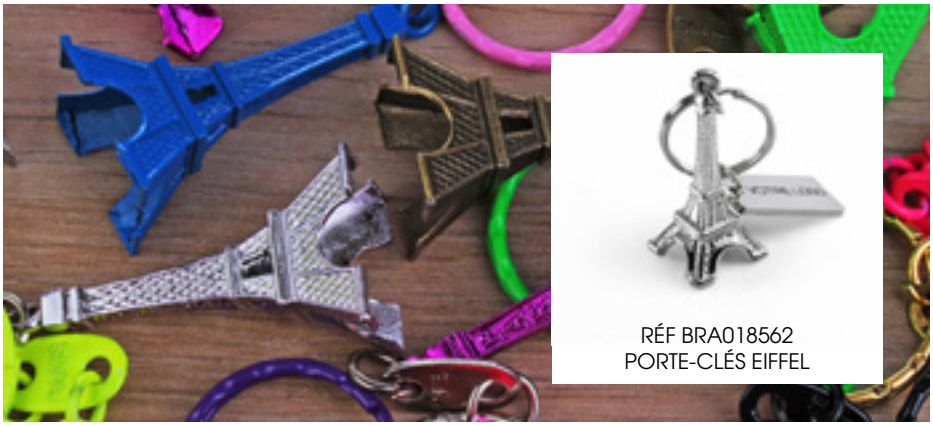
Le vrai prix d'un objet publicitaire !

Que faut-il contrôler sur un devis ?

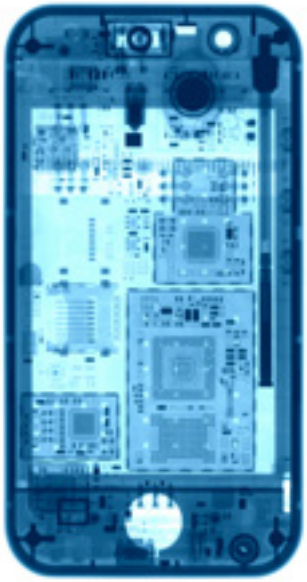
S'il y a bien une chose à retenir concernant l'objet publicitaire c'est d'être attentif à toutes les données spécifiées sur votre devis. Il faut se poser les bonnes questions. Par exemple, est-ce que les délais de livraison coïncident avec ce qui avait été prévu au départ ? S'agit-il des bonnes quantités ? Est-ce que le type de transport est bien précisé ?

Les conditions de règlement doivent être indiquées, le type de marquage doit également être précisé (sérigraphie, tampographie, gravure laser, transfert numérique…) ainsi que les éléments à fournir (logo, fichier source, format ad hoc).
Il est primordial de tout vérifier afin de ne pas avoir de mauvaises surprises. Si vous demandez un devis, prenez bien soin de demander les volumes minimum d'engagement. Et sachez que le prix des objets publicitaires varie fortement avec le volume fabriqué.

Comparez ce qui est comparable, avec les mêmes critères.



RÉF BRA018562
PORTE-CLÉS EIFFEL



Le Made in France, Info ou Intox ?

Les produits dont 45 % de la valeur ajoutée a été réalisée en France sont considérés comme Made in France.

Peut-on faire fabriquer ses objets en France ?

En plus de redynamiser l'économie française, le « Made in France » vous garantit une meilleure traçabilité de vos produits ainsi qu'une qualité supérieure au vu d'un savoir-faire « traditionnel ». Les avantages du « Made in France » sont nombreux, notamment d'un point de vue environnemental.
Si vous optez pour la fabrication française cela signifie que la conception de vos objets publicitaires se fera à proximité, par conséquent votre bilan carbone diminuera. De plus, cette proximité géographique vous permet d'obtenir de meilleurs délais en termes de conception, une baisse des coûts des transports ainsi qu'une flexibilité de personnalisation beaucoup plus poussée.
Si vous choisissez d'entreprendre une stratégie de communication qui repose sur des valeurs éthiques, alors oui, le « Made in France » est une solution.

La vraie valeur ajoutée se fera sur votre cible puisqu'en mettant en avant le « Made in France », vous accorderez à votre objet publicitaire un surplus de qualité perçue qui renforcera considérablement son impact. Un cadeau « Made in France » peut être considéré comme un cadeau haut de gamme. Il est souvent un atout pour décrocher des marchés publics.

Source service-public.fr

Faire du "Made in France" c'est déjà et aussi avoir une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

Quels sont les critères pour bien choisir son objet publicitaire ?

Pour choisir un objet publicitaire, il faut avant tout bien cibler son client, de sorte à personnaliser au maximum le produit (comme par exemple marquer l'objet à votre image mais en intégrant le nom de votre client). Autre chose, plus la valeur de l'objet publicitaire est importante, plus le marquage promotionnel devra être placé subtilement, afin de ne pas trop faire « tape-à-l'œil » notamment concernant les cadeaux d'affaires « prestigieux ».
Ensuite, il faut bien évidemment adapter le cadeau aux habitudes de consommation de la personne ciblée. En effet, un objet publicitaire peut être apprécié par une certaine catégorie socio-professionnelle mais désapprouvé par une autre.

La communication par l'objet ne se limite pas aux crayons, il existe une multitude de thématiques telles que les accessoires informatiques, les bagages et textiles publicitaires, les objets high tech, les confiseries… Et toutes ont un impact efficace, tout dépend de votre stratégie de communication et de votre cible.

Autre conseil, il est essentiel de mesurer l'impact de votre campagne promotionnelle et d'analyser le retour sur investissement. Car oui, la communication par l'objet, comme toute action de communication, engendre des coûts, plus ou moins importants ; il est donc primordial de bien s'y préparer. Vous pouvez, par exemple, dans un premier temps, lancer un sondage pour mesurer la mémorisation de votre marque par votre cible avant le lancement d'une campagne.



Quelles sont les erreurs à éviter lors de l'achat d'un objet publicitaire ?

- **Ne pas faire de devis :** comme nous l'avons dit précédemment c'est un élément essentiel de la transaction.

- **Ne pas demander un échantillon** : un échantillon neutre va vous permettre de valider la qualité de l'objet.

- **Choisir un produit sur son bas prix uniquement** : le prix n'est pas le seul élément à considérer, il y a bien d'autres composants à prendre en compte.

- **Choisir le fournisseur le moins cher** : un fournisseur d'objets publicitaires pas cher fait parfois l'impasse sur le service ou sur la qualité de ses produits.

- **Passer la commande tardivement** : ceci aura forcément un impact sur votre facture en raison des enjeux industriels qui suivent la commande pour la fabrication d'un objet publicitaire. Il est donc préférable d'accorder une certaine marge de manœuvre en prévenant bien à l'avance, car l'urgence a un coût qu'il n'est pas toujours nécessaire de payer.

- **Fournir un fichier technique défaillant** : votre expert de l'objet saura vous guider pour concevoir un fichier source fiable (votre logo devra être vectorisé, respecter le bon format de fichier, les bonnes résolutions colorimétriques et la bonne définition).





« Quand les objets se la racontent… »

Le storytelling est LA tendance du moment pour toutes les marques. Créer du lien, développer la proximité, donner du sens & des valeurs…
Pour aller au-delà de l'aspect fonctionnel du produit. Les objets sont d'excellents leviers émotionnels. Faites-leur porter vos couleurs et ils feront vivre l'histoire de votre marque à vos clients !
Pensez-y en amont de vos investissements publicitaires habituels.

La place de l'objet publicitaire dans les dépenses de communication

En France, sur le marché de l'objet publicitaire, les dépenses de communication en 2015 ont atteint 1,32 milliard d'euros*. L'objet pub' est devenu le sixième grand média et est aujourd'hui plus impactant qu'un spot publicitaire en matière de promotion. La communication par l'objet représente 4.4 %* du marché, soit l'équivalent des dépenses des annonceurs en affichage 4 x 3.
Il existe de nombreux outils pour faire votre publicité, communiquer auprès de vos clients ou promouvoir votre marque. Toujours synonyme de cadeau, l'objet publicitaire est l'unique média qui pousse celui qui le reçoit à dire " MERCI ", un axe de relationnel privilégié.
L'objet publicitaire est aussi incontournable pour la communication et le marketing d'une entreprise. Il se positionne comme LE support ultra efficace pour marquer les esprits. Idéal pour les opérations promotionnelles à large diffusion, il apporte une image moderne et valorise votre entreprise.

** Source 2FPCO et ETUDA (Union des annonceurs)*

Les acheteurs d'objets publicitaires

Les acheteurs d'objets publicitaires sont très variés : la plupart des métiers ont recours à cette forme de communication. Comme par exemple les annonceurs, les marques, les administrations publiques, les agences évènementielles, les associations, les prestataires, les comités d'entreprise et les organisateurs de salons.
Les annonceurs se trouvent dans l'aéronautique, l'agroalimentaire, les assurances, l'automobile, le BTP, l'informatique, la chimie, l'hôtellerie, l'immobilier, l'industrie et le luxe…

L'objet pub' aux yeux des consommateurs



95 % des Français* conservent les objets publicitaires qu'ils reçoivent. Les 3 raisons principales pour lesquelles ils gardent leur objet publicitaire :

- L'utilité
- Le souvenir
- La valeur de l'article

** Source 2FPCO*

A quelle occasion puis-je utiliser un objet publicitaire ?

1 - Je développe la notoriété de ma marque

Dans cette époque où règne la compétition, la marque constitue un vecteur important pour se différencier de la concurrence. La marque peut être matérialisée par un nom propre, un mot, une expression ou un symbole visuel et représente l'identité de l'entreprise.

Pourquoi développer la notoriété de votre marque ?

Développer la notoriété de sa marque consiste à donner des repères, à mettre en avant ses valeurs, ses convictions, son savoir-faire, son expertise, son histoire, son engagement. Soigner sa réputation c'est gagner en crédibilité et en confiance auprès de ses clients et prospects.

Impact

Média à part entière, la promotion par l'objet assure 81% de taux de mémorisation de la marque associée à l'objet publicitaire.*

** Source 2FPCO*

Cible
Clients & prospects.



RÉF SLS018030 - PARKA RYAN

Cible

Tous les profils qui constituent le coeur de cible de votre entreprise.



2 - Je prospecte des clients

La prospection regroupe des actions qui visent à conquérir de nouveaux clients potentiels et à chercher à les transformer en clients réels.

Pourquoi prospecter ?

Schéma classique, chaque année les entreprises perdent quasi-systématiquement un certain pourcentage de leurs clients. S'ajoute à cela une plus grande versatilité des clients (évolution des comportements liés au développement de nouvelles technologies). Pour garantir un niveau de croissance et sa pérennité, il est donc vital pour l'entreprise d'actionner deux leviers : augmenter le panier moyen et trouver de nouveaux clients.

Impact

81 % des Français utilisent les objets publicitaires reçus et 86 %* se souviennent de la marque parce que les objets sont utiles. Prime à l'achat, distribution de goodies, street marketing lors de salons et de portes ouvertes sont autant d'occasions de véhiculer votre image de marque.*

* Source 2FPCO

01 - RÉF BRA018115 - CLÉ USB À LA FORME. **02** - RÉF BRA018207 - BALLE ANTI STRESS. **03** - RÉF BRA018208 - ÉVENTAIL BAMBOU ET TISSU. **04** - RÉF BRA018565 - PARAPLUIE SUR MESURE. **05** - RÉF BRA018564 - TAPIS DE SOURIS MICROFIBRE. **06** - RÉF BRA018385 - ARDOISE EFFAÇABLE AIMANTÉE. **07** - RÉF BRA018037 - PORTE-CLÉS MOUSSE À LA FORME. **08** - RÉF BRA018115 - CLÉS USB 3D. **09** - RÉF BRA018006 - LANYARD POLYESTER. **10** - RÉF BRA018157 - DÉCAPSULEUR PVC FLEX. **11** - RÉF BRA018345 - HOUSSE POUR TABLETTE TACTILE. **12** - RÉF BRA018199 - PORTE-CLÉS AVEC RUBANS.

3 - J'anime mon évènement

Salons, conventions, séminaires, anniversaires d'entreprise, festivals, remises de prix, lancements de produit,... sont autant d'exemples de communication évènementielle, interne ou externe. L'évènement est utilisé comme vecteur d'image. A cette occasion, l'organisateur et l'annonceur en profiteront pour distribuer des cadeaux logotés à leurs invités, laissant ainsi une trace de l'évènement, souvenir d'un moment agréable, voire original.

Pourquoi organiser un évènement ?

La communication évènementielle a pour objectif la promotion d'une marque, d'une enseigne ou d'un produit au travers d'une mise en scène singulière qui confère à l'ensemble un caractère d'exception. Les attentes sont multiples : retombées presse, impact mémoriel sur le public invité, lien avec la marque, engagement.

Impact

89 % des Français apprécient recevoir un objet publicitaire lors d'un évènement commercial, culturel ou sportif.*

** Source 2FPCO*

Cible

Les actionnaires, salariés, les collaborateurs, les partenaires, la presse.





Cible
L'ensemble des collaborateurs et salariés.

4 - Je stimule mes ventes

La stimulation désigne l'ensemble des actions d'entreprises pour stimuler son équipe de commerciaux ou son réseau de vente et entretenir sa motivation. La stimulation de la force de vente est un élément très important de la réussite commerciale. Il existe plusieurs techniques de stimulation. La plupart du temps, il s'agit d'un challenge, individuel ou collectif, entraînant une dotation monétaire ou matérielle (cadeaux, voyages…).

Pourquoi stimuler vos ventes ?

L'animation de la force de vente a pour objectifs :

- D'entretenir la motivation par rapport au métier de vendeur et aux objectifs de l'entreprise.
- D'inciter les commerciaux à vendre et à tenir les objectifs.

Un vendeur motivé est l'investissement le plus rentable pour l'entreprise. Donner envie de vendre grâce au cadeau fait partie des techniques d'animation pour récompenser l'effort et la réussite. Un salarié motivé sera toujours plus enclin à assumer ses responsabilités, apporter de nouvelles idées et donner le meilleur de lui-même.

Impact

86 % des entreprises qui organisent des challenges commerciaux récompensés par des cadeaux constatent une réelle augmentation de leur CA pendant la période de l'opération.*

* Source 2FPCO

5 - Je fidélise ma clientèle

La fidélisation est une démarche globale qui peut recourir à de nombreuses actions et à la mise en place de multiples dispositifs, comme la création d'un programme de fidélisation, un service client irréprochable et une grande proximité, ou encore une mise en confiance de ses clients.

Pourquoi fidéliser vos clients ?

Conserver un client coûte 5 à 10 fois moins cher que d'en acquérir un nouveau.
Parce que **98 % des clients*** mécontents ne le font pas savoir à l'entreprise, la fidélisation devient stratégique et demeure l'un des plus puissants leviers pour développer son entreprise sur le moyen et le long terme.

Impact

92 % des Français apprécient recevoir un cadeau de la part de leur marque pour les remercier de leur fidélité. Le cadeau d'affaires est un excellent support pour fédérer ses partenaires autour de valeurs communes. Choisi avec soin, il renforce le lien affectif avec la marque. Il permet d'entretenir une relation durable.*

* Source 2FPCO

Cible
Clients VIP, ensemble de ses clients, partenaires.



RÉF STI018868 - SAC VICTOIRE - RÉF STI018876 - TROUSSE VICTOIRE

5 « MERCIS » pour 5 projets de communication

Grâce à un seul objet,
vous pouvez :

— 1 —

Travailler votre notoriété,

c'est recevoir un « MERCI » qui valorise votre image de marque.

— 2 —

Prospecter de nouveaux clients,

c'est obtenir un « MERCI » de votre futur client qui a déjà une image positive de votre marque.

— 3 —

Animer votre événement,

c'est recevoir un « MERCI » de satisfaction pour votre organisation autour de votre marque.

— 4 —

Stimuler vos ventes,

c'est l'assurance d'un « MERCI » d'engagement de vos clients auprès de votre marque.

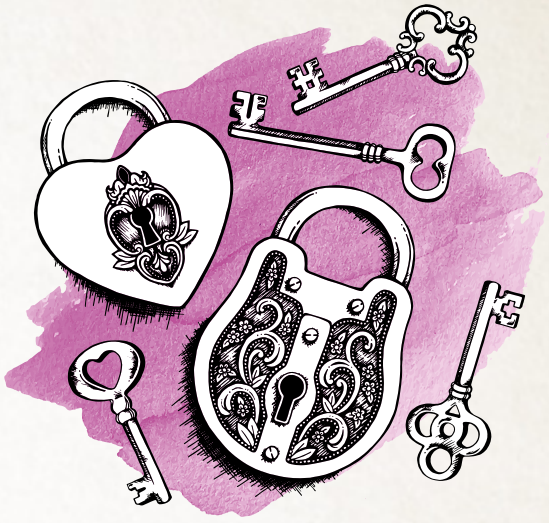
— 5 —

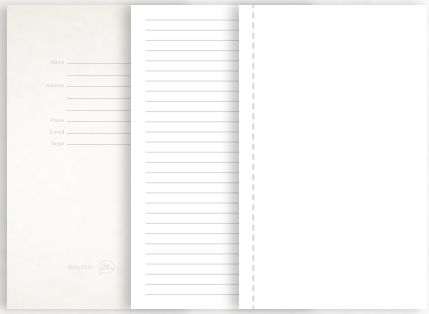
Fidéliser vos clients,

c'est récolter un « MERCI » qui fait perdurer votre relation.

WHAT IS THE SECRET KEY







Types de pages



Accroche stylo



Finition peau de pêche et élastique



Couverture souple



Fourreau

RÉF YFT01837 - CARNET GRACY









L'ULTRA VIOLET

COULEUR PANTONE® DE L'ANNÉE 2018

RVB : 95, 75, 139
CMJN : 75, 77, 14, 02
HEX : #5F4B8B









RÉF LET0180826 - CASQUETTE À LISERET
RÉF STI018869 - MONTRE ICE FOREVER
RÉF BRA018556 - STYLO 3 EN 1
RÉF LET0180638 - PARAPLUIE 23.5''

Carnet de tendances

Inversons les habitudes, anticipons les tendances plutôt que de les attendre.

6 inspirations émergent aujourd'hui dans la mode, le design, l'automobile, la décoration et la beauté. Elles feront la tendance de demain. Notre carnet de tendances vous permet de visualiser comment ces orientations créatives peuvent se décliner dans l'univers de l'objet publicitaire.

L'objet promotionnel s'adapte à la perfection au renouvellement perpétuel des tendances. Votre expert de l'objet vous guidera dans l'élaboration de votre communication par l'objet qui s'ancrera dans la tendance.








Laquelle vous inspire le plus ? Laquelle sera la plus en phase avec votre marque et les envies les plus folles de votre cible ?

Le rock clinquant

ILLUSTRÉ EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉ EN OBJET





RÉF LET0180973
STYLO ASPECT GOMME



RÉF WTA018266
SAC PISCINE ALEXIN



RÉF CYB018026
PARAPLUIE AUTOMATIQUE



RÉF GIZ01801
CLÉ USB MOUSQUETON



RÉF CYB018318
CANARD ARGENT

La rayure

ILLUSTRÉE EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉE EN OBJET



RÉF STI018870
STYLO CENTURY



RÉF SLS018031
TROUSSE AURORA



KARIBAN
RÉF OXP018897
MARINIÈRE MANCHES LONGUES



RÉF SLS018032
SAC POLOCHON SUNSET



RÉF TOG018736
TAPIS DE SOURIS 3 EN 1

Le tropical

ILLUSTRÉ EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉ EN OBJET



RÉF LET0182271
SET 12 CRAYONS DE COULEUR



RÉF LET0182272
SAC CABAS



RÉF TOG018015
TAPIS DE SOURIS ERGO-PAD



RÉF WTA018267
TONG 100 % DÉCOR



RÉF WTA018268
PORTE-CLÉS BOIS

Le total denim

ILLUSTRÉ EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉ EN OBJET



RÉF OXP018898
TABLIER DENIM



RÉF SLS018033
CASQUETTE FOXY



RÉF CYB018319
CHEMISE FEMME DENIM



RÉF CYB018320
T-SHIRT HOMME DENIM



RÉF GIZ01802
ENCEINTE BLUETOOTH TISSU

Le poudré

ILLUSTRÉ EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉ EN OBJET



RÉF STI018871
MONTRE ICE GLAM



RÉF WTA018269
COQUE IPHONE 6+ ET 7+



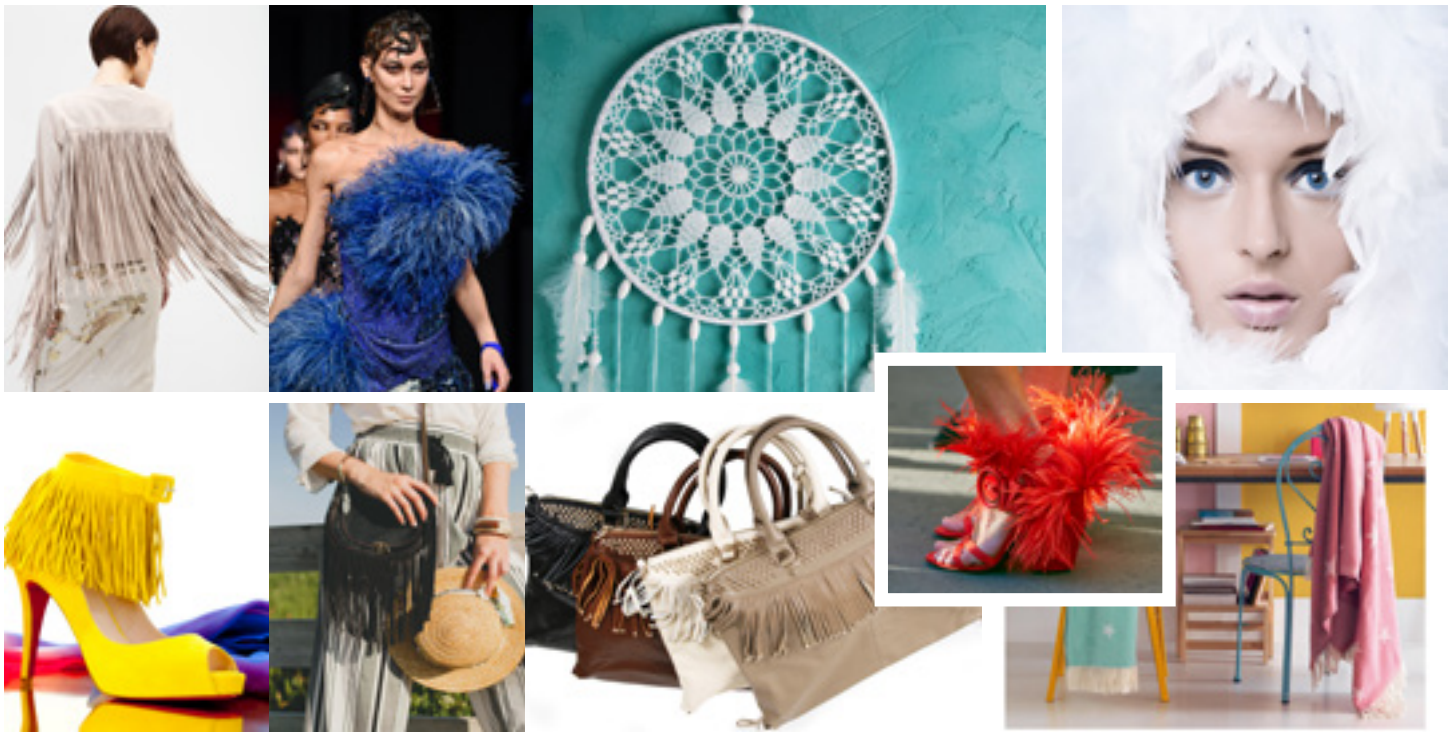
RÉF CYB018321
DÉBARDEUR COTON BIO



RÉF BIC018023
STYLO BIC® PASTEL 4 COULEURS

Les franges/plumes

ILLUSTRÉES EN PLANCHE TENDANCE



ILLUSTRÉES EN OBJET



RÉF EMT01801
PLAID COLOR RANGE



RÉF OXP01889
FOUTA KARIBAN®



RÉF BRA018547
PORTE-CLÉS FOURRURE



RÉF BRA018527
PORTE-CLÉS POMPON



RÉF WTA018270
SACOCHE BANDOULIÈRE

ALL BLACKS®





THE SILVER FERN DEVICE AND ALL BLACKS ARE REGISTERED TRADEMARKS OF THE NEW ZEALAND RUGBY UNION ®
RÉF CDP018110 - MONTRE ALL BLACKS SPORT - RÉF CDP018111 - MONTRE ALL BLACKS CITY - RÉF CDP018112 - MONTRE ALL BLACKS RUNNING - RÉF CDP018113 - MONTRE ALL BLACKS AVIATOR - RÉF CDP018114 - MONTRE ALL BLACKS BUSINESS

OFFICIAL LICENSED PRODUCT

Promocadeaux Éditions®

L'OBJET: THE BEST IN ROI*

*ROI : RETOUR SUR INVESTISSEMENT

POURQUOI OFFRIR DES OBJETS PUBLICITAIRES ?

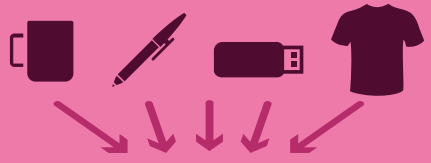
UN  C'EST :

+ DE VISIBILITÉ
+ DE satisfaction
+ DE notoriété

1

FAIBLE COÛT PAR CONTACT POUR UN MAX DE VUE

95 % DES PROSPECTS ET CLIENTS CONSERVENT LES OBJETS QU'ON LEUR OFFRE



Utilité

LES FRANÇAIS AIMENT REDONNER LEURS OBJETS À UN TIERS !



2

L'OBJET EXERCE UN FORT IMPACT ÉMOTIONNEL



UN OBJET ET/OU UN TEXTILE *personnalisé*

PERMET DE

1. **Diffuser** UNE IMAGE POSITIVE
2. **Construire** UN LIEN AFFECTIF
3. **Mémoriser** DIRECTEMENT VOTRE MARQUE

J'♥ ma marque, elle me le rend bien !

3

L'OBJET UN MEDIA À PART ENTIÈRE



DÉPENSES DE COMMUNICATION GLOBALES
46.200.000.000 D'EUROS

DÉPENSES DE COMMUNICATION PAR L'OBJET
1.320.000.000 D'EUROS



L'Objet est le 6ème plus grand média

SOURCE 2FPCO ETUDA 2015 (UNION DES ANNONCEURS)



Gestion de projet

POUR TOUT PROJET SUR-MESURE, IL FAUT COMMENCER PAR LE DÉBUT, UTILISER LES CONSEILS D'EXPERTS DE L'OBJET ET SURTOUT ÊTRE RIGOUREUX.

Les 6 points clés de la gestion d'un projet structuré sont :

- La compréhension entre le prestataire et vous
- L'analyse et la communication
- Le bon sens (tout n'est pas réalisable !)
- Le prototypage
- La confirmation
- L'industrialisation

Les 2 clés de la réussite sont de construire votre cahier des charges et de bien choisir votre expert de l'objet. Le prix ne doit pas être le seul critère de choix.










Comment réaliser son projet de design d'objet ?

La démarche d'un expert de l'objet est d'accompagner son client dans la réalisation de son projet de design et d'objet sur-mesure. Il est capable de répondre à la demande tout en précisant les risques et les complexités de la gestion du projet. Car l'idée n'est pas de dire oui à tout. Cela serait, d'ailleurs, un bon élément de méfiance que d'entendre un prestataire dire « mais oui, c'est facile, vous l'aurez dans un mois ». Impossible ! Partir d'une feuille blanche est un exercice périlleux pour tout le monde mais gratifiant et unique. Avoir un produit unique, en série limitée, designé pour soi est une réelle recherche qui peut changer radicalement la perception de vos clients quant à votre effort et votre investissement pour les remercier.

N'hésitez donc pas à penser sur-mesure.

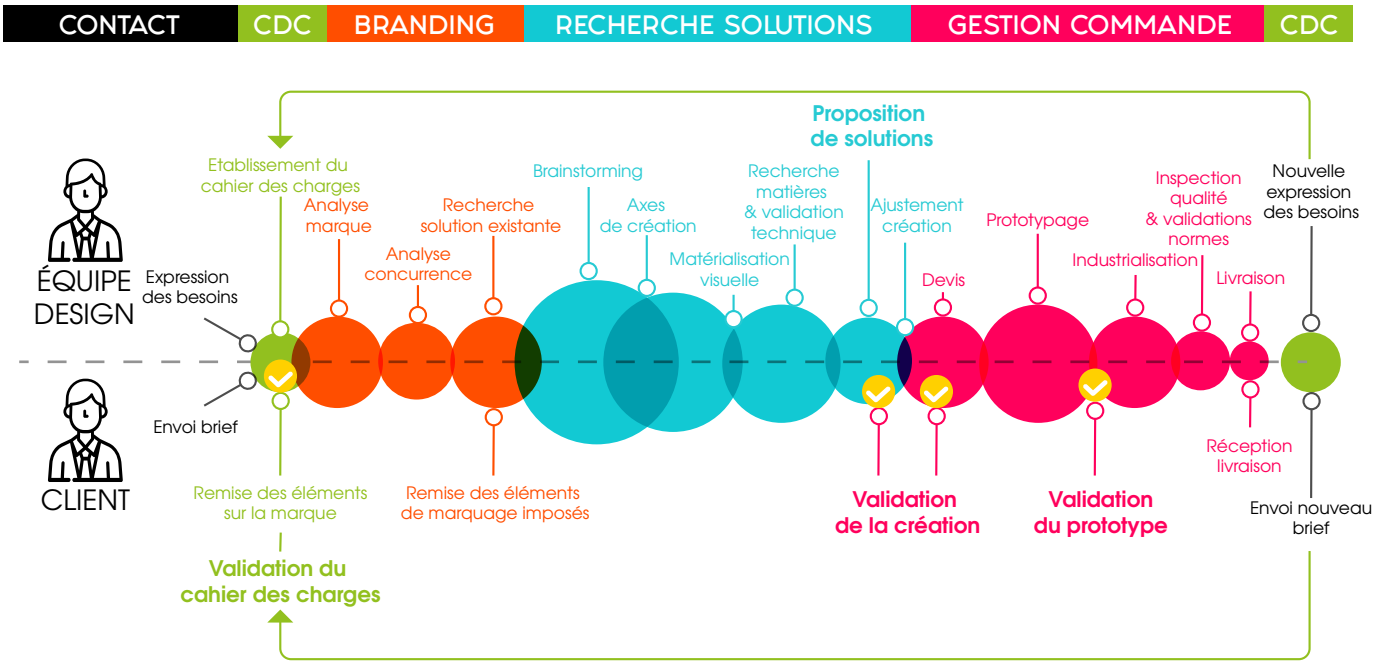
D'ailleurs, que signifie « sur-mesure » ? Nous parlons ici d'un objet inexistant sur le marché mais qui peut être inspiré par des objets courants. Ce peut être une batterie, un masque, un portefeuille, un bijou... Le sur-mesure signifie qu'il n'existe aucun moule, aucun plan, aucune assurance que l'objet final puisse se faire.

C'est pourquoi, il est fondamental de bien connaître les étapes qui en constituent sa réalisation depuis l'idée jusqu'à sa réception dans vos entrepôts.

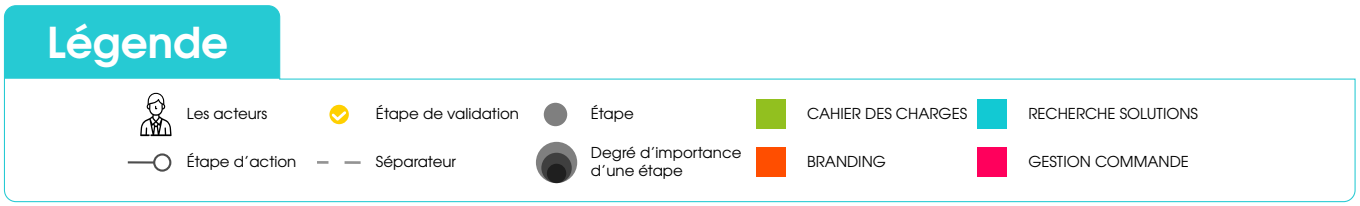
« Faites confiance aux professionnels de l'objet »

Seuls des professionnels de l'objet pourront vous accompagner dans cette belle aventure. Leur retour d'expérience fait d'eux les meilleurs conseillers.

Un dessin valant mille mots, nous avons réalisé ce schéma ci-dessous afin que vous puissiez visualiser les étapes nécessaires à la mise en forme du projet sur le papier, son prototypage pour confirmer la faisabilité et son prix, car, oui, sans prototype rien ne peut garantir le prix. C'est lors du prototypage que l'on se rend compte des complexités qui vont faire exploser le prix. Il est, à ce moment, temps de revoir le projet pour le simplifier et le modifier.



Légende



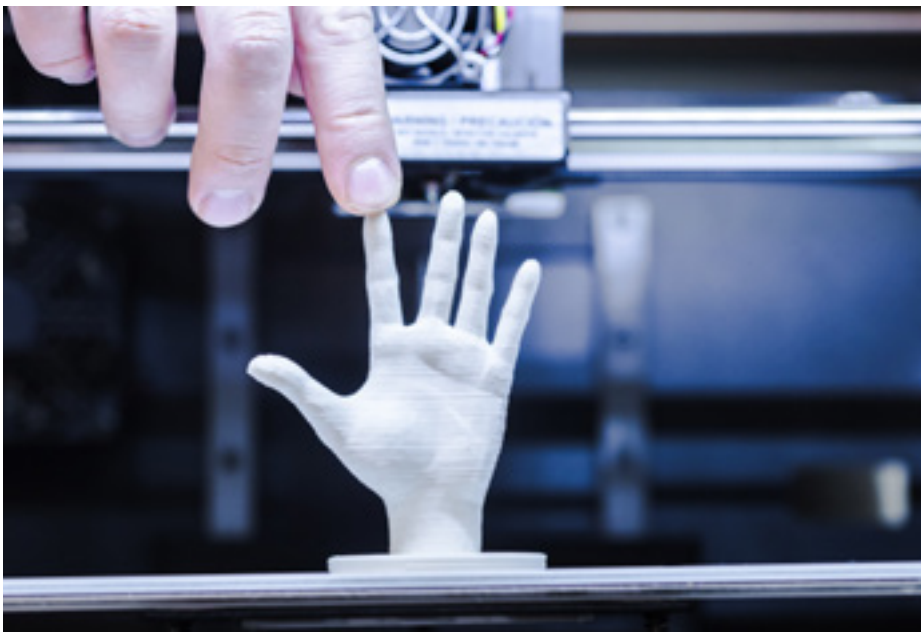
Ainsi, lors de la production, quasiment toutes les erreurs auront été prises en compte. Il pourra rester des améliorations à faire car l'industrialisation est toutefois différente de la réalisation du prototype. Mais, lorsque l'on travaille avec de bons ateliers ou de bonnes usines, ces différences entre le prototype et la production sont connues.

Pour arriver au prototype, il va vous falloir donner à votre partenaire, pour qu'il puisse imaginer et créer votre objet, un grand nombre d'informations. N'hésitez pas à lui fournir des images de ce que vous aimez, des couleurs, des matières. Transmettez-lui l'ADN de l'entreprise, ou encore les projets de celle-ci. Nous conseillons d'ailleurs de signer entre vous un accord de confidentialité (NDA en anglais Non-Disclosure Agreement) qui vous protègera et vous permettra de parler d'un maximum de choses pour avancer plus vite. De même, si vous êtes sur un marché concurrentiel et que votre projet va être visible par le plus grand nombre, cela engage votre prestataire à la plus grande discrétion.



La réalisation numérique va vous permettre de voir le projet et à l'objet de prendre forme. Attention, aucune garantie que le produit fini soit totalement à l'identique. Si la technologie est bien avancée, il n'en reste pas moins vrai qu'un objet est composé d'éléments, de matière et que l'œil ne perçoit pas de la même façon une image 3D et un volume tenu en main. Toutefois, cette phase est importante pour que tout le monde s'accorde sur l'objet, sa forme et ses fonctionnalités.
Le prototype peut être lancé. Il peut être réalisé par une société spécialisée en prototypage, elle vous accompagnera mais ne sera pas la garantie de la faisabilité en production. Vous aurez le prototype pour réfléchir ensuite à sa production. En revanche s'il est réalisé par l'usine ou l'atelier qui prendra en charge la production, vous serez sûr que la réflexion par rapport aux outils de production aura été menée. Cependant, il est assez fréquent que le prototype soit moins « beau » que lorsqu'il est réalisé par une entreprise dont c'est l'activité unique. Tout simplement parce que l'angle pris au départ est légèrement différent. Pour l'usine, on pense production, et pour le prototypeur, on pense visualisation de l'objet in fine.

Une phase importante avant de se lancer dans la production de masse, phase qui peut avoir lieu avant le prototype d'ailleurs, est la sélection du fabricant par le biais de ses réalisations précédentes. Souvent, les fabricants ont des compétences de prédilection. L'un maîtrisera mieux telle matière, l'autre saura réaliser des formes complexes ou encore sa taille le rendra plus souple quant à vos demandes pour refaire tel ou tel détail.
Ainsi, avec le prototype et des échantillons de réalisations, vous avez une bonne garantie.





Reste à produire. C'est là que votre partenaire doit avoir compris l'ADN de votre entreprise car les besoins en perfection et en termes de finition ne sont pas les mêmes chez tout le monde. Nous voudrions tous avoir le plus pur diamant, mais cela a un coût, cela n'est pas forcément nécessaire suivant l'objectif donné à votre objet et enfin mettez-vous à la place de celui ou celle qui le recevra.

Ainsi donc, nous parlons qualité et donc prix. Hélas, il n'est pas possible de tout avoir pour rien. Et le prix est souvent un élément moteur du résultat final. Le schéma précédent montre combien chaque étape est importante et en éliminer une pour économiser sur le moment serait un risque pour le futur.
Il vaut mieux payer un test en laboratoire pour être certain que les normes seront respectées plutôt que de reprendre les certificats d'un produit similaire (déjà vu !).
Le contrôle qualité est un poste important qui peut coûter si la production est loin, si les quantités sont importantes, mais sans lui, rien n'est garanti, ni la bonne réalisation, ni les délais. Il existe des sociétés indépendantes de toute taille, certains prestataires les incluent dans leur offre.

Le produit est maintenant parti en production. On ne souffle pas encore ! Car il y a de nombreux éléments que le schéma ne peut pas montrer mais dont il faut s'occuper dès le départ.

Le packaging ou encore l'emballage de votre objet. Offert dans un sachet en plastique transparent, il apparaît comme un produit standard, mais cela peut très bien convenir à une diffusion en masse lors d'un salon ou d'un match. En revanche, quand il est remis en mains propres, il se doit de correspondre au geste et à la perception que va avoir la personne à qui vous le donnez. Faut-il donc le mettre dans une boîte, dans un sac, sous cloche ? Cette réflexion doit avoir lieu en même temps que celle pour l'objet. Le packaging a un coût. Il doit souvent être lui-même prototypé et, surtout, il fait partie intrinsèque de votre objet. Prenez tous les exemples autour de vous, même ceux du commerce, et vous constaterez que le packaging donne le ton de la valeur des choses. Pensez-y ! Ce n'est pas obligatoire, ça ajoute un coût mais la valeur ajoutée est forte.

Enfin, tout est produit, l'objet dans son packaging avec un contrôle qualité passé à 96% avec les erreurs acceptées, notifiées et repérées sur le rapport de contrôle qualité. Il faut maintenant envoyer la marchandise.





Mais avez-vous prévu le conditionnement ? Oui, les cartons d'emballage notamment, et surtout combien vous allez y mettre de pièces ? Car l'objet n'est pas encore dans les mains de son heureux destinataire, il y a encore de nombreuses étapes. Le transport par camion, bateau ou avion dépendamment de là où il aura été fabriqué et de l'urgence à le recevoir.
Il ne faut pas oublier que très souvent l'objet arrive en entrepôt en France, certes, mais il va falloir dispatcher les pièces par agence, par magasin, par évènement. Ou l'associer à un autre objet, une carte… Il faut donc prévoir son conditionnement pour faciliter les dernières manipulations. Est-il facile à prendre dans le carton ? Ce même carton n'est-il pas trop lourd ? Ou encore, n'aurais-je pas dû prévoir un emplacement dans ce même carton pour y insérer l'autre objet ? Etc. Tout cela pour mettre l'accent sur la nécessité de penser, dès le départ, à toute la vie de l'objet, avec toutes les étapes, jusqu'à la remise à son destinataire.

C'est une aventure ! Un grand nombre d'entreprises l'a vécu avec joie et parfois moins, car si c'est une belle aventure que de créer quelque chose, elle se doit d'être réalisée dans les meilleures conditions.

« Votre expert de l'objet est le meilleur partenaire que vous puissiez trouver »

C'est son quotidien et il a l'expérience pour vous rappeler l'importance de chaque étape. Consultez-le !

LES NOMS BARBARES QU'ON NE COMPREND PAS TOUJOURS

DGCCRF

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

« Ce sont les gendarmes qui évitent de vendre des pots de pâte à tartiner à perte, que vous vous brûliez avec un textile et que votre enfant arrache les yeux de son nounours. Ils veillent aux bonnes pratiques du marché. »

OEKO-TEX

Norme textile qui protège la peau de tous.

« Fini le t-shirt qui gratouille ! Oeko-Tex est là pour certifier la qualité des composants : couleurs, matières, produits, fils··· »

EN71

La norme de sécurité des jouets de nos chers bambins.

« C'est la norme qui assure que les jouets ne sont pas dangereux dans les mécanismes, les matériaux et les substances utilisés. C'est la garantie de jouets sains. »

REACH

Règlementation européenne contre les risques liés aux substances chimiques.

« REACH est le rempart pour vous prémunir contre les substances nocives, les cancérigènes, les toxiques, les perturbateurs endocriniens, et les métaux lourds. »

RSE

Ensemble de termes barbares pour parler des aspects sociaux, environnementaux & économiques des chaînes de production.

« C'est la volonté du RSE de travailler dans le respect de tous... ! »

FOOD GRADE

Réglementation qui contrôle que les matériaux en contact avec les aliments ne sont pas nocifs.

« Parce que manger c'est vital, notre santé doit être protégée ! »

DEEE OU D3E

Directive qui permet le recyclage des composants électriques et électroniques.

« Plus le produit est lourd, plus la taxe associée est conséquente.
En véritable « transformer », votre frigo devient un grille-pain, votre clé USB aussi ! »

COPIE PRIVÉE

(ANCIENNEMENT SORECOP)

Redevance obligatoire soumise à la TVA sur les supports où l'on peut copier et stocker des données, à destination des créateurs ou éditeurs.

« C'est une obligation de la faire figurer sur un devis, séparée du prix du produit. Si elle n'apparaît pas vous avez l'obligation de la déclarer directement à Copie France. En cas de contrôle, l'amende coûte 300 000 € considérée comme fraude à la TVA. »

ROHS

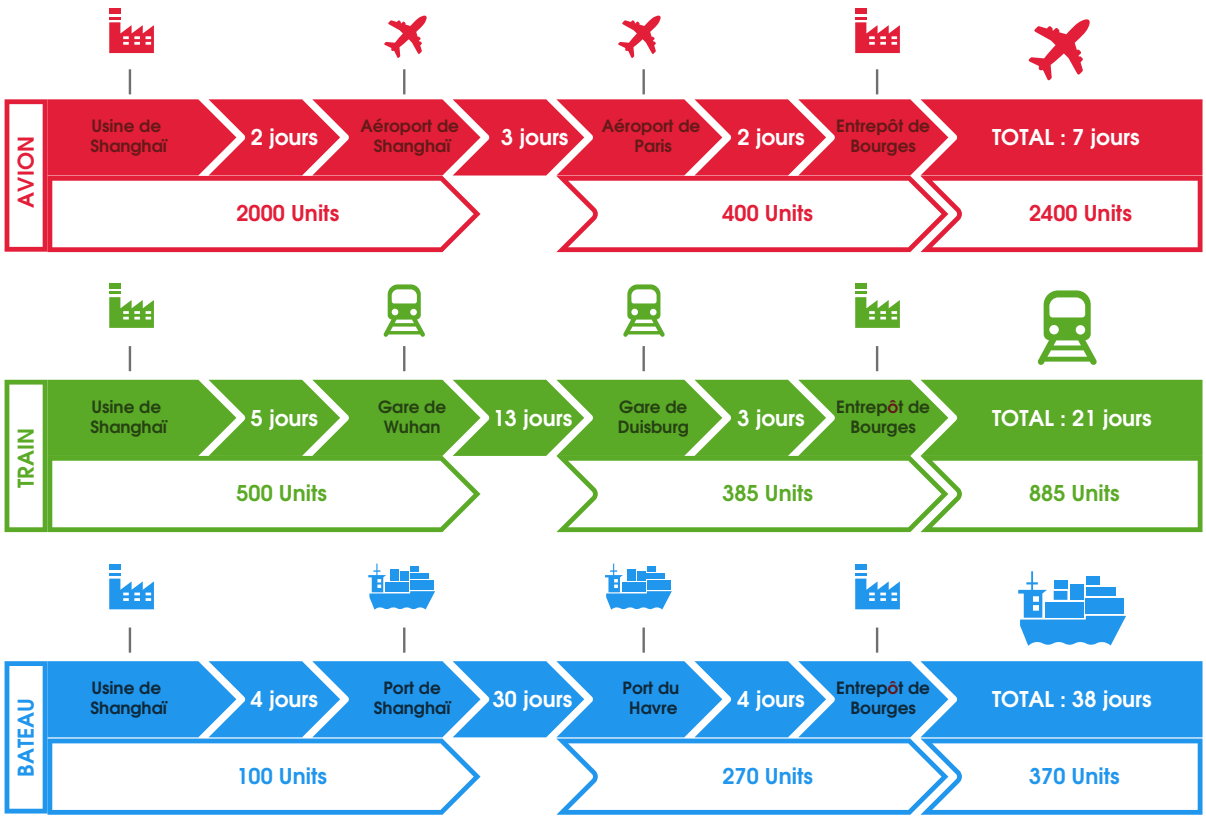
Directive qui interdit l'utilisation de 10 substances dangereuses.

« Protéger la santé humaine et l'environnement, c'est sa mission, chef ! »

LE TRANSPORT DE MES OBJETS PROMOTIONNELS

Quel que soit l'objet, sa fonction, sa valeur, sa provenance, le transport est un passage obligé qui répond à de nombreuses règles.
Il n'est pas de votre rôle de gérer l'import de vos objets mais il peut être utile de connaître les différents modes de transport. Vous pourrez ainsi estimer les durées nécessaires et les rapports de coûts.

Enfin, vous pourrez découvrir à quoi correspondent les incoterms. Avec ces notions vous pourrez échanger plus facilement avec votre expert de l'objet et anticiper les délais de transport pour optimiser vos opérations.
Ces données sont à titre indicatif, afin de comprendre le rapport qualité/temps/prix par transport.



Légende

1 Unit est un ordre de grandeur d'une unité monétaire.
Il permet de comparer le rapport qualité/prix des différents transports : avion, train et bateau.

CLASQUIN

Incoterms (International commercial terms) pour tous les modes de transport :

EXW : Ex Works, au départ de l'usine non chargé, non dédouané sortie d'usine (plus adapté aux flux domestiques, nationaux) ;
FCA : Free Carrier, marchandises dédouanées et chargées dans le pays de départ chez l'usine ou chez le commissionnaire de transport de l'acheteur ;
CPT : Carriage Paid To, livraison au premier transporteur, frais jusqu'au déchargement au port, aéroport ou gare, sans assurance pour le transport ;
CIP : Carriage and Insurance Paid to, idem CPT, avec assurance marchandise transportée souscrite par le vendeur pour le compte de l'acheteur ;
DAT : Delivered At Terminal, marchandises (déchargées) livrées sur quai, dans un terminal maritime, fluvial, aérien, routier ou ferroviaire désigné (dédouanement import, et post-acheminement payés par l'acheteur) ;
DAP : Delivered At Place, marchandises mises à disposition de l'acheteur dans le pays d'importation au lieu précisé dans le contrat (déchargement, dédouanement import payé par l'acheteur) ;
DDP : Delivered Duty Paid, marchandises livrées à destination finale, dédouanement import et taxes à la charge du vendeur ; l'acheteur prend en charge uniquement le déchargement.

Je découpe et photocopie ma page pour ma prochaine campagne objet

Ma fiche de brief IDÉALE

Nom de l'opération	
Nom du chef de projet de votre marque	
Nom du contact chez votre prestataire	
Numéro de téléphone et mail	
Informations indispensables	
• Date de la demande : JJ/MM/AAAA	
• Date du retour de l'offre : JJ/MM/AAAA	
• Nom du client pour lequel sera fait la créa ou sa marque	
• Site internet de référence : www.mamarque.com	
• Informations sur les produits déjà réalisés lors d'opérations précédentes : boule de noël, sac coton....	
• Type de création ? Inspirations produits et photos	
• Quel est mon objectif ? Décrivez un maximum le contexte de votre opération, vous pouvez lister vos objectifs	
• Cible ? À définir en fonction de vos objectifs, il est impossible de faire un projet qui conviendra à tous, homme/femme/enfant de 7 à 77 ans	
• Type d'opération ? Street marketing ou campagne Noël...	
• Type de produit ? À définir ou référence article si existante	
• Descriptif ? Donner un descriptif si vous avez déjà une idée en tête ou vu un objet	
• Quantité : XXXX pièces (ou quantité par stature pour le textile : 50 taille S et 75 taille L)	
• Matériaux ? À définir avec votre expert de l'objet	
• Nombre de couleurs de la créa ou du logo ?	
• Dimensions : y a-t-il une contrainte de taille pour prime in pack ou dois-je l'envoyer par la poste ? Faut-il faire un conditionnement spécifique ou une mise sous kit ?	
• Capacité pour une clé USB (512 Mo, 2 Go, 4 Go, 8 Go, 16 Go, 32 Go) ou puissance pour une batterie de secours (de 2200 mAh à 10000 mAh en moyenne sur le marché)	
• Budget : XX € par pièce ou budget total	
• Contrainte de taille ou de poids : oui ou non	
• Date de livraison : JJ/MM/AAAA en 1 point ou plusieurs points, en 1 ou plusieurs fois	
• Informations complémentaires : tout commentaire pour préciser votre projet aidera votre expert de l'objet à vous accompagner Lors de création de produits sous licences il y a des règles à respecter	

Demander à la com ou à mon graphiste le fichier à imprimer en Illustrator vectorisé. Un fichier vectorisé est très spécifique et ne peut être issu d'un fichier Word® ou Powerpoint® - La couleur Pantone® de votre logo sera nécessaire.

Notre astuce : notez sur la fiche les contacts de votre partenaire, si vous partez en vacances, votre collaborateur qui reprendra le projet ne sera pas perdu.

Nouveau Concept BASE



ZOGI®

RÉF GIZ01803 - ENCEINTE BASE - EN EXCLUSIVITÉ

Nouveau Concept BASE

1

CHOISISSEZ LA FONCTION DE VOTRE OBJET : MINI ENCEINTE BLUETOOTH – BATTERIE DE SECOURS CARRÉE– BATTERIE DE SECOURS PLATE – CLÉ USB –

APPLIQUEZ CE CONCEPT POUR CHAQUE ARTICLE.



2

J'IMPRIME MON LOGO EN RELIEF.

3

JE CHOISIS MA COULEUR : LE BLOC PEUT ÊTRE NOIR OU BLANC.

4

J'IMPRIME MON LOGO EN QUADRICHROMIE.

5

JE CHOISIS MA COULEUR PARMI LE NUANCIER. POSSIBILITÉ DE FAIRE UNE COULEUR PANTONE®.

EXCLUSIVITÉ

ZOGI®

PROMOTIONAL GIFT AWARD 2017

Créez votre gamme de produits grâce au concept BASE



RÉF GIZ01804
MINI ENCEINTE BASE



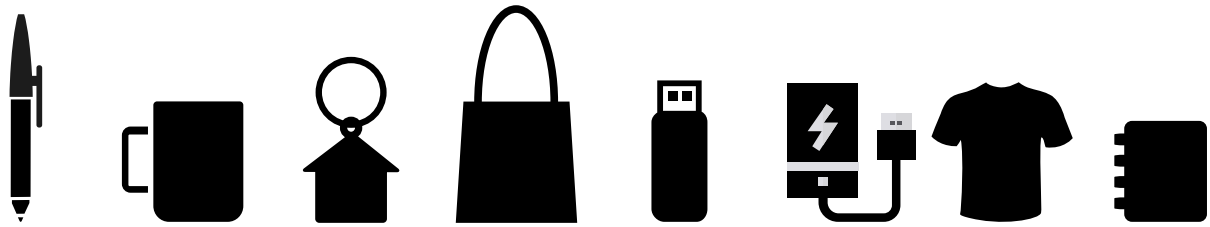
RÉF GIZ01805
BATTERIE ENERGY BASE



RÉF GIZ01806
BATTERIE BANK BASE



RÉF GIZ01807
CLÉ USB BASE



Durée de conservation	6 mois	+ de 5 ans	+ de 5 ans	+ de 5 ans	+ de 5 ans	+ de 5 ans	3 ans	1 an
Type de projet de com'	Prospection Notoriété Animation Fidélisation	Notoriété Animation	Prospection Animation	Notoriété Animation	Fidélisation Notoriété	Fidélisation Notoriété Stim	Animation Stim	Prospection Animation
Visibilité de marquage	★☆☆	★★☆	★☆☆	★★☆	★★☆	★☆☆	★★★	★☆☆
Délais de livraison avec logo personnalisé	10 à 15 jours	15 à 20 jours	20 à 30 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	10 à 15 jours	10 à 15 jours
Raison de conservation	Utilité	Affectif	Intérêt pour la famille	Utilité	Utilité	Utilité	Utilité	Utilité
Taux de conservation*	81 %	21 %	40 %	26 %	41 %	41 %	38 %	49 %
Capacité à prêter son objet	👍👍👍👍	👍👍👍	👍👍	👍👍👍	👍👍	👍👍	👍	👍👍
Volonté d'acquisition	♥♥♥	♥♥	♥	♥♥♥	♥♥♥	♥♥♥	♥♥♥	♥♥♥
Cible	Femme	Femme 18 - 24 ans 35 - 49 ans CSP moins	18 - 24 ans CSP moins	35 - 49 ans CSP moins	CSP plus	CSP plus	Homme 35 - 49 ans CSP moins	Femme 18 - 24 ans
Possibilité de sur-mesure	★★☆	★★☆	★★★	★★☆	★★★	★★★	★★★	★☆☆

Source 2FPCO

Crash test

LES 8 CATÉGORIES PHARES DES OBJETS PUBLICITAIRES PASSÉES AU BANC D'ESSAI : STYLO, MUG, PORTE-CLÉS, SAC SHOPPING, CLÉ USB, BATTERIE SOS, T-SHIRT, CARNET.

Votre projet de communication est défini. Vient alors l'étape clé ou vous allez choisir l'objet idéal : surface à disposition pour votre logo, délais moyens de livraison, intérêt et durée de conservation de l'objet par votre cible…
L'objet est choisi, mettez le turbo ! Personnalisez-le à votre marque, selon vos envies et les marquages possibles. Tampographie, sérigraphie, transfert… Quelle technique retenir pour une impression « effet waouh » de votre logo ou de votre décor ?
On vous dit tout !





RÉF YFT01824 - STYLO EN BIOPLASTIQUE



RÉF BIC018023 - STYLO BIC® 4 COULEURS



RÉF LGO018038 - STYLO O'HARA

Mon stylo



RÉF BIC018107 - STYLO SUPER CLIP BRITE PIX® BIC®



RÉF YFT01805 - STYLO ANTIBACTÉRIEN



RÉF LET0181093 - STYLO PLASTIQUE RECYCLÉ



RÉF BRA018316 - STYLO BANNIÈRE



Dimensions en mm	Ø 11 x 144	Ø 16 x 144	Ø 10 x 140	Ø 12 x 144	Ø 10 x 144	Ø 10 x 141	Ø 15 x 150
Zone de marquage en mm	28 x 45 (360° sur corps) 5 x 23 (clip)	43 x 30 (corps)	50 x 30 (corps)	31 x 70 (corps 360 °)	28 x 60 (360° sur corps) 5 x 32 (clip)	40 x 5 (corps)	180 x 68 (bannière recto verso)
Nombre de coloris	6	3	10	24	6	5	10
Encre	bleue/noire	bleue noire rouge verte	bleue/noire	bleue/noire	bleue/noire	noire	bleue/noire
Poids en g	10,5	12,8	8	10,5	10,5	12	17
Délais de livraison avec logo personnalisé	10 à 15 jours	10 à 15 jours	15 à 17 jours	10 à 15 jours	10 à 15 jours	5 à 10 jours	35 à 40 jours
Quantité minimum en pièces	500	250	250	250	500	100	500
Le plus produit	Écologique, production européenne	Intemporel	Marquage à 360°	Marquage à 360°	Antibactérien, production européenne	Écologique	Bannière roll-up
Packaging	Boite carton de 35 stylos	Sur demande	Sur demande	Sur demande	Boite carton de 40 stylos	Sur demande	Sur demande
Type de projet de com'	Fidélisation Notoriété	Fidélisation Notoriété	Animation Fidélisation Notoriété	Prospection	Fidélisation Notoriété	Prospection	Prospection Animation





RÉF WTA018273
MUG COCOONING



RÉF TOG018024
MUG MAGIQUE



RÉF WTA018274
MUG ARDOISE CAPPUCCINO



RÉF WTA018275
MUG POKER FACE

Mon Mug



RÉF TKR018125
MUG FIBRE DE BAMBOU



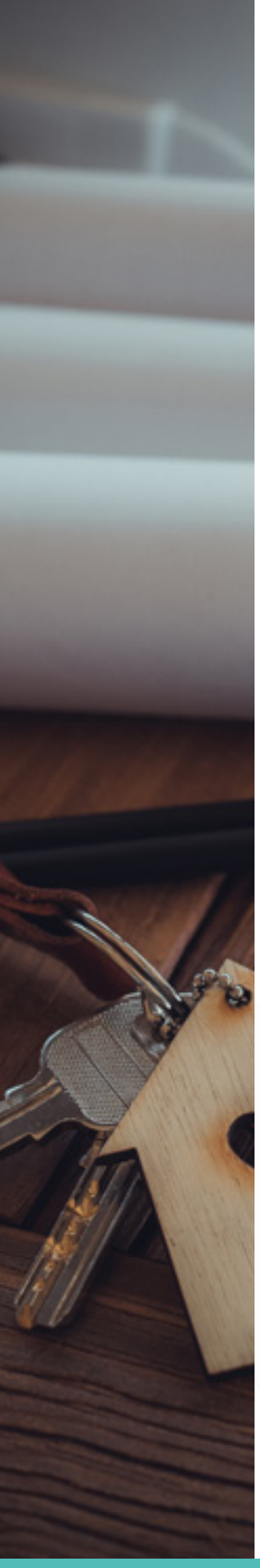
RÉF WTA018276
MUG CLASSIQUE



RÉF WTA018086
MUG COUVERCLE PAILLE



Dimensions en mm	Ø 100 x 95	Ø 80 x 92	Ø 88 x135	Ø 82 x 96	Ø 95 x 140	Ø 84 x 74	Ø 85 x 130
Zone de marquage en mm	150 x 40	215 x 79	140 x 110	50 x 50	20 x 20	180 x 60	230 x 70
Nombre de coloris	6	1	1	8	4	1	5
Capacité en ml	400	300	500	350	500	250	600
Poids en g	375	330	390	390	105	280	90
Délais de livraison avec logo personnalisé	25 à 30 jours	20 à 25 jours	25 à 30 jours	25 à 30 jours	15 à 20 jours	25 à 30 jours	25 à 30 jours
Quantité minimum en pièces	50	72	50	50	118	50	50
Le plus produit	Idéal pour les petites mains	Effet waouh	Fourni avec une craie	Idéal pour le bureau	Écologique étanche	Classique et intemporel avec sublimation	Boissons chaudes ou froides
Packaging	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle	Livré dans une boîte individuelle
Profil cible	Les femmes qui boivent du thé	Les fans d'Eric Antoine	Les couples qui ne se croisent qu'au petit dej'	Les nouveaux collègues et stagiaires	Les VRP et les working girls, les végans	Les traditionnels	Les buveurs de mojitos ou citronnades





RÉF LUM018040
PORTE-CLÉS CASQUE



RÉF LUM018088
PORTE-CLÉS LIPS



RÉF BRA018413
PORTE-CLÉS ZAMAC

Mon porte clés



RÉF BRA018559
PORTE-CLÉS À LA FORME



RÉF BRA018560
PORTE-CLÉS JETON



RÉF WTA018277
PORTE-CLÉS FEUTRINE



RÉF WTA018278
PORTE-CLÉS ROND BOIS MÉTAL









Dimensions en mm	50 x 50 x 6	40 x 35 x 24	30 x 20 x 3	Sur-mesure	Ø 23,2 (jeton)	75 x 32 x 6	Ø 40 x 5
Zone de marquage en mm	15 x 15	10 x 10	24 x 14	Sur-mesure	Ø 21	35 x 20	Ø 25
Nombre de coloris	7	9	Selon votre design	Sur-mesure	1	6	1
Matière	Plastique	Plastique	Zamac	PVC	Métal	Feutrine	Bois métal
Poids en g	15	20	36	Selon votre design	15	10	42
Délais de livraison avec logo personnalisé	20 à 25 jours	20 à 25 jours	35 à 40 jours	35 à 40 jours	35 à 40 jours	25 à 30 jours	25 à 30 jours
Quantité minimum en pièces	1000	1000	300	500	500	50	50
Le plus produit	Idéal pour les rencontres	Peut décapsuler une bière		Vive la créativité	Pas de jeton, pas de chariot, pas de courses	Et pourquoi pas ?	Vive les Scandinaves !
Packaging	Sur demande	Sur demande	Sur demande	Sur demande	Sur demande	Sur demande	Sur demande
Nombre de clés supportées	12	10	10	1 votre clé la plus importante	10	3	5





RÉF SLS018037
SAC SHOPPING HAMILTON



RÉF WTA018280
SAC SHOPPING INTISSÉ



RÉF SLS018036
SAC SHOPPING MAXI CANVAS



RÉF WTA018279
SAC SHOPPING LIÈGE ET TOILE

Mon sac shopping



RÉF LET0180432
SAC SHOPPING TOILE DE JUTE



RÉF OXP018755
SAC SHOPPING JUCO



RÉF SLS018035
SAC SHOPPING CONCORDE









Dimensions en mm	350 x 420	330 x 415	325 x 460 x 125	350 x 400	400 x 350 x 100	380 x 420 x 70	380 x 400 x 120
Zone de marquage en mm	Sur demande	250 x 120	Sur demande	220 x 150	200 x 200	320 x 320	Sur demande
Nombre de coloris	5	6	3	1	2	11	3
Matière	Canvas	Non tissé	Canvas	Liège et toile	Jute	Jute et coton	Canvas
Taille de l'anse en mm	30 x 650	30 x 650	30 x 650	30 x 650	30 x 650	25 x 700	30 x 650
Délais de livraison avec logo personnalisé	15 à 20 jours	25 à 30 jours	15 à 20 jours	25 à 30 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours
Quantité minimum en pièces	50	50	50	50	25	50	50
Le plus produit	Couleurs acidulées	idéal pour le publi postage	Maxi format	Bi-matière	Nostalgie	Écologique	Shopping addict'
Poche intérieure	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Oui
Contenance en nombre de magazines	2	1	12	2	4	5	8





RÉF ELT0180180
CLÉ USB CARTE DE CRÉDIT SQUARE



RÉF TOG018144
CLÉ USB CRYPTÉE



RÉF TOG018130
CLÉ USB SLIDER

EXCLUSIVITÉ



RÉF GIZ01810
CLÉ USB NATURE

Ma clé USB



RÉF TKR018020
CLÉ USB BUSINESS



RÉF BRA018115
CLÉ USB À LA FORME 2D OU 3D








Dimensions en mm	40 x 40 x 2	57 x 13 x 7	40 x 19 x 7	Ø 16,2 x 39	58 x 27 x 12	2D Sur-mesure	3D Sur-mesure
Zone de marquage en mm	40 x 40	25 x 10	recto 5 x 10 verso 31 x 12	10 x 10	45 x 15	Sur-mesure	Sur-mesure
Nombre de coloris	1	12	1	4	1	Au Pantone®	Au Pantone®
Capacité en Go	1 à 16 Go	8 à 64 Go	2 à 16 Go	4 à 32 Go	4 Go	1 à 64 Go	1 à 64 Go
Packaging	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non
Délais de livraison avec logo personnalisé	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	30 à 35 jours	30 à 35 jours
Quantité minimum en pièces	100	50	50	50	50	100	100
Le plus produit	Grande surface de marquage	Toutes langues supportées Cryptage niveau militaire	Marquage recto verso	Ultra compacte	Marquage embossage (en relief)	A votre image	A votre image
Option porte-clés	Non	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
Intégration fichiers	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter	Oui, nous consulter

Ma batterie SOS



RÉF LET0182232
BATTERIE DE SECOURS PLAT



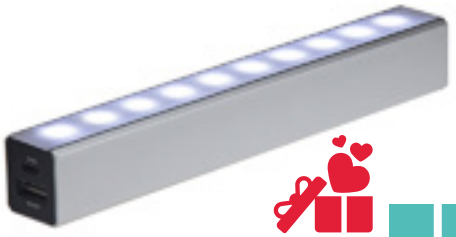


EXCLUSIVITÉ

RÉF GIZ01811
BATTERIE DE SECOURS SLIDER



RÉF TOG018734
BATTERIE DE SECOURS MIROR



EXCLUSIVITÉ

RÉF GIZ01812
BATTERIE DE SECOURS LIGHT BAR



RÉF ELT0180022
BATTERIE DE SECOURS NOMADE
ET LAMPE DE BUREAU



EXCLUSIVITÉ

RÉF GIZ01813
BATTERIE DE SECOURS
EASYCHARGE



RÉF TOG018220 - BATTERIE DE SECOURS 3D









Dimensions en mm	113 x 58 x 10	103 x 54 x 19	75 x 75 x 21	22 x 160 x 23,6	Ø 73 x 128	Ø 75 x 11	96 x 26 x 26 (minimum de taille)
Zone de marquage en mm	49 x 90	45 x 30	55 x 43	70 x 18	20 x 10	30 x 40	Sur-mesure
Nombre de coloris	1	1	1	1	1	1	Au Pantone®
Puissance en mAh	4000	4000	6000	6600	2600	4000	2600
Packaging	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Délais de livraison avec logo personnalisé	10 à 15 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	30 à 35 jours
Quantité minimum en pièces	12	50	100	50	10	50	300
Le plus produit	Extra plat	Design le plus apprécié	Logo rétro éclairant	Indicateur de charge (10 leds)	2 en 1 il est aussi une lampe munie de 12 LED	Véritable bois	Packaging sur mesure
Câbles universels fournis	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Bouton ON/OFF	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Non





KARIBAN

RÉF OXP018902
T-SHIRT COTON BIO



RÉF OXP018435
T-SHIRT PRÉ-RÉTRÉCI



KARIBAN

RÉF OXP01867
T-SHIRT COL ROND



PROACT.

RÉF OXP018904
T-SHIRT TECHNIQUE

Mon t-shirt



RÉF SLS018038
T-SHIRT SEMI PEIGNÉ RINGSPUN



RÉF OXP018237
T-SHIRT COTON PRÉ-RÉTRÉCI



RÉF CYB018325
T-SHIRT BASIC



Taille	S à 3XL	S à 5XL	S à 4XL	XS à 3XL	S à XL	XS à 3XL	S à 2XL
Zone de marquage en mm	Nous consulter	Nous consulter	Nous consulter	Nous consulter	Nous consulter	Nous consulter	Nous consulter
Nombre de coloris	11	51	20	18	14	40	1
Coupe	Femme Homme	Femme Homme	Femme Homme	Femme Homme	Femme	Femme Homme	Unisexe
Poids en g/m²	155	180 au prix d'un 150	180	140	150	145	150
Délais de livraison avec logo personnalisé	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours	15 à 20 jours
Quantité minimum en pièces	50	50	50	50	50	50	50
Le plus produit	100 % coton bio OCS100	T-shirt le plus vendu dans le monde	Haut de gamme avec traitement aux enzymes	100 % polyester	100 % coton semi peigné ringspun	100 % coton pré rétréci	100 % coton
Type de col	U	U	U	U	V	U	U
Existe en modèle enfant	Non	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Non





RÉF TKR018029
CARNET LIÈGE



RÉF TKR018001
CARNET QUADRILLAGE
ÉLASTIQUE
(stylo non fourni)



RÉF TKR018126
CARNET LIN
(stylo non fourni)



RÉF LGO018037
CARNET WILDE

Mon carnet



RÉF WTA018281
MINI CARNET BICOLORE A6



RÉF YFT01832
CARNET SILKY
(stylo non fourni)



RÉF YFT01844
POWER BOX « BLACK BOX »





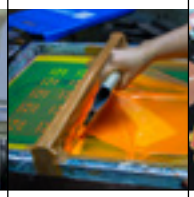
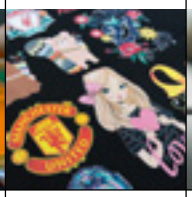
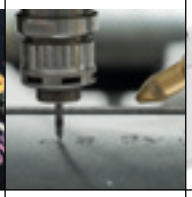
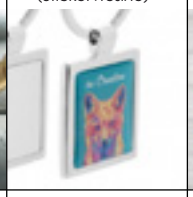




Dimensions en mm	137 x 215	210 x 150	148 x 210	145 x 95	145 x 88	210 x 130	210 x 130 (carnet) 121 x 75 (Power Bank)
Zone de marquage en mm	90 x 100	35 x 160	95 x 140	50,8 x 50,8	70 x 30	208 x 128	208 x 128 (carnet) + 119 x 73 (Power Bank) (devant/ arrière)
Nombre de coloris	1	1	1	4	6	5	+ de 20 panachage possible
Nombre de pages	80	80	96	96	80	256	256 + batterie 4000 mAh
Poids en g	284	288	295	156	110	390	700
Délais de livraison avec logo personnalisé	20 à 25 jours	20 à 25 jours	20 à 25 jours	20 à 25 jours	20 à 25 jours	10 à 15 jours	20 à 25 jours
Quantité minimum en pièces	75	75	75	100	50	50	10
Le plus produit	Livré avec une housse personnalisable	Livré avec une housse personnalisable	Livré avec une housse personnalisable	Livré avec stylo personnalisable	Tient dans une poche	Top de gamme, accroche stylo. Existe : power bank et stylo assortis	Top gift. Contient aussi power bank et stylo personnalisés
Type de fermeture	Élastique vertical	Quadrillage d'élastiques	Élastique vertical	Élastique vertical	Élastique vertical	Élastique vertical	Élastique vertical ou horizontal
Contenance en brainstorming	846	846	721	96	70	1176	1176

LES PRINCIPAUX PRODUITS

VOUS AVEZ CHOISI VOTRE PRODUIT, COMMENT LE MARQUER ?

	Tampographie	Sérigraphie	Transfert	Gravure	Doming (Sticker+résine)	Embossage/relief	Broderie
							
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	⛔
	⛔	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	€€€€€
	⛔	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	€€€€€	€€€€€
	⛔	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	€€€€€	€€€€€
	⛔	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	€€€€€	€€€€€
	⛔	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	€€€€€	€€€€€
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	⛔	€€€€€
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	€€€€€	€€€€€
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	⛔
	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	⛔	⛔	⛔

Légende : €€€€€ Ordre de grandeur des frais de marquage ⛔ Type de marquage non réalisable



LA COMPAGNIE
FRANÇAISE
DES CRAYONS

RÉF LET0182274 - CRAYON DE BOIS

#LesChouchousDeLaRédac'

#ONAAIMÉ, #SOSWAG



RÉF WTA018271
CHARGEUR VOLUTION

Maud

Directrice de la rédaction et spécialiste marketing «couteau suisse»

« J'aime les produits malins, tout-en-un et ceux qui facilitent le quotidien. Mon indispensable ? Le support chargeur où l'on branche tous ses appareils en même temps et avec en plus une plaque induction pour une recharge par simple contact.
Fini les fils qui traînent et les chargeurs que l'on cherche partout ! »



RÉF ELT0180114
CASQUE ARCEAU CLIP SONIC®



RÉF CYB018322
SAC SHOPPING MARIN

#Team Power

Camille

Développeuse web, super geek et adepte du «CTRL F5»

« Je ne travaille plus sans mon casque ! Avec ses coussinets isolants, je peux travailler dans l'open space tout en restant concentrée sur ce que je fais. Je ne peux plus m'en passer··· Pour écouter mes morceaux favoris ou bien faire une conf call avec un prestataire, ce casque ne me quitte plus. »

Carole

Rédactrice en chef et spécialiste des produits adaptés aux familles

« J'aime les beaux produits fonctionnels !
Ce sac est spacieux, solide et élégant ! Idéal pour chaque sortie avec les enfants et avoir avec soi les produits indispensables pour les promenades. Fini les 36 sacs, un seul pour tout le monde. Produit approuvé par une Wondermaman de trois enfants ! »



RÉF ALC018001
MUG GARNI
DE CHOCOLATS

Anne-Sophie

Content manager et choco-addict

« Je croque, je craque et je fonds pour la marque Le Petit Carré de Chocolat et ses mini tablettes dans leur mug personnalisable.
Offrir des chocolats c'est faire plaisir à coup sûr... 9 personnes sur 10 aiment le chocolat... La 10ème ment ! »



RÉF WTA018080 - FIGURINE AVEC HERBE CHEVEUX



RÉF OXP018900 - CROCS FIRE

Solivan

Magic SEO et fan de voyages

« Plus jamais sans mes Crocs ! Globe-trotteuse dans l'âme, je n'oublie jamais d'emporter ma paire de Crocs dans mes bagages· Le coloris tuning tout feu tout flamme ? Là... Ce sont les collègues qui ont choisi pour moi ! »



RÉF CYB01808 - PELUCHE MICROFIBRE

Fanny

Directrice artistique et adepte de la ronronthérapie

« Je m'évade pour créer ! L'accessoire indispensable pour mon chat mais pas que... cette figurine capillotractée !!
Epurée, sobre, blanche, posée sur mon bureau elle ne demande qu'un marqueur pour pouvoir se l'approprier· Encore mieux qu'un Artoy® mon nouveau totem fétiche ! »

Marine

Rédactrice et « Kidult » assumée

« J'aime les produits 2 en 1, mi-créatifs et mi-pratiques toujours sous la main : ma peluche nettoyeur écran et anti-stress·
Fini les traces de doigts sur mon écran, fini la prise de tête pour les faire disparaître· Je l'adore, je l'adore, mon doudou, mon petit monstre· Interdiction de me le piquer sur mon bureau ! »



RÉF ELT0180119 EXTRACTEUR DE JUS

Ludovic

Responsable administratif/financier et fan de cuisine

« Fan de cuisine, je démarre ma journée toujours du bon pied ! Grâce à mon extracteur de jus je suis le roi à la maison· Pas de temps à perdre le matin, le temps c'est de l'argent !
1, 2, 3, 4, 5 le compte est bon mais surtout, fini les galères de celui qui fait la vaisselle· Être un homme moderne ça n'a pas de prix ! »

Christophe

Directeur excécutif et toujours à l'heure

« Avec le tout technologique et connecté, j'aime bien retrouver un design sobre et naturel· Avec son boîtier bois et bracelet cuir, je retrouve le savoir-faire de l'artisan· Ça peut paraître étrange, mais quand je porte cette montre, je me sens plus calme, plus zen· »



RÉF CDP018115 - MONTRE BOIS

SHOPPING

TECHNOLOGIE



01



02



03



04



EXCLUSIVITÉ

05



06



08





07

01 - RÉF ELT0180098 - HAUT PARLEUR BLUETOOTH CLIP SONIC®. **02** - RÉF ELT0180120 - ENCEINTE BLUETOOTH TUBE CLIP SONIC®. **03** - RÉF ELT0180112 - ENCEINTE BLUETOOTH AMPOULE CLIP SONIC®. **04** - RÉF ELT0180116 - JUKE BOX BLUETOOTH CLIP SONIC®. **05** - RÉF GIZ01808 - ENCEINTE BLUETOOTH BANDE SILICONE. **06** - RÉF TOG018733 - ENCEINTE BLUETOOTH SCANDINAVE. **07** - RÉF CYB018323 - ENCEINTE BLUETOOTH DISCO. **08** - RÉF AED018967 - HAUT PARLEUR BLUETOOTH TUBE.



ZOGI®

RÉF GIZ01809 - ENCEINTE BIG BANG
EN EXCLUSIVITÉ

SHOPPING ÉTHIQUE



01



02



03



04



05





08

07



06



09

01 - RÉF INE018107 - KIT DE PLANTATION BIODÉGRADABLE. **02** - RÉF INE018092 - PLANTE DÉPOLLUANTE. **03** - RÉF INE018113 - BONSAI SACHET KRAFT. **04** - RÉF INE018001 - CORNET VÉGÉTAL. **05** - RÉF WTA018272 - CLÉ USB PAPIER RECYCLÉ. **06** - RÉF BRA018557 - CABAS PET RECYCLÉ. **07** - RÉF LET0182273 - CONFÉRENCIER RECYCLÉ. **08** - RÉF BRA018558 - TOUR DE COU PET RECYCLÉ. **09** - RÉF INE018106 - CRAYON GRAINE À PLANTER.





RÉF ALC018010 - TABLETTE CHOCOLAT



01



03

CLIQUE



05

CLIQUE

02





04

CLIQUE



06

Ladies

Mon style & accessoires



07

08

CLIQUE

CLIQUE

01 - RÉF BRA018338 - LUNETTES DE SOLEIL AU PANTONE®. **02** - RÉF FNW018060 - SWEAT HOODY. **03** - RÉF FNW018059 - BONNET SACO. **04** - RÉF FNW018061 - COUPE VENT BASIC RAIN. **05** - RÉF ELT0180122 - BRACELET D'ACTIVITÉ CONNECTÉ. **06** - RÉF FNW018057 - BRASSARD SPORT. **07** - RÉF FNW018055 - JOGGING BASIC. **08** - RÉF FNW018056 - SAC À DOS FICELLE. **09** - RÉF FNW018058 - GANTS FONCTIONNELS. **10** - RÉF ELT0180115 - ÉCOUTEURS SANS FIL BLUETOOTH.

09



CLIQUE



10



01



02



03

CLIQUE



04

CLIQUE



05



06

CLIQUE

Gentlemen

Mon style & accessoires

01 - RÉF WTA018282 - CASQUE TRÉSOR PLIABLE. **02** - RÉF BRA018405 - TOUR DE COU MULTIFONCTIONS. **03** - RÉF FNW018062 - BONNET FONCTIONNEL. **04** - RÉF FNW018061 - COUPE VENT BASIC RAIN. **05** - RÉF BRA8338 - LUNETTES DE SOLEIL AU PANTONE®. **06** - RÉF FNW018063 - SWEAT HOODY MAN. **07** - RÉF FNW018055 - JOGGING BASIC. **08** - RÉF ELT0180030 - SAC À DOS INDICATEUR LED FOURNI AVEC DÉTECTEUR. **09** - RÉF TKR018127 - LUMIÈRE D'ALERTE POUR CHAUSSURES. **10** - RÉF FNW018058 - GANTS REFLECTIVE.



07

CLIQUE



08



10

CLIQUE



09



Le coton, c'est pas coton ?

Comment reconnaître la qualité d'un t-shirt ?

Tous les t-shirts ne se ressemblent pas… même quand ils ont l'air en apparence similaires ! Il s'agit d'un t-shirt en coton blanc avec votre logo et d'un autre t-shirt blanc avec votre logo. En fait ce ne sont pas du tout les mêmes… mais vous ne le saurez pas en l'offrant. Le client ou le collaborateur à qui vous l'avez offert le saura bien vite lui, c'est-à-dire dès qu'il l'aura porté et lavé.










C'est l'histoire d'un t-shirt en coton blanc qui porte votre logo mais qui est de mauvaise qualité.

Au premier lavage, il n'a pas résisté à la déformation ou a rétréci.
Ses coutures ont twisté. Les ourlets ont lâché. Le coton gratte et rend le t-shirt inconfortable.

Vous avez offert un t-shirt de mauvaise qualité… Il risque de finir en chiffon de ménage. C'est votre image de marque qui en prend un coup. L'objet est une partie de votre entreprise et il porte vos valeurs.

C'est l'histoire d'un t-shirt en coton blanc qui porte votre logo et qui est de bonne qualité.

Il ne bouge pas au lavage, ni en taille, ni en forme. Il reste doux.
Ses coutures restent bien piquées.
Il est confortable toute la journée.

Vous avez offert un t-shirt de qualité… C'est votre image que vous avez transmise en offrant ce t-shirt. Celle de la qualité de vos produits, de vos services, de votre relationnel. Votre image est belle et elle le reste ! Le textile publicitaire est un des objets promotionnels qui a la durée de vie la plus longue, et la plus forte visibilité : votre t-shirt reste beau, votre cible le porte et ça se voit !

« Le prix, la couleur, la coupe, vous saurez choisir…. »

Mais pour la fabrication et l'assemblage ? Découvrez les différentes techniques et apprenez à reconnaître la qualité d'un t-shirt avec votre expert de l'objet !



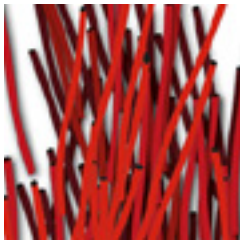
Comment bien choisir le tissu pour la fabrication du t-shirt ?

Le tissu est de loin le plus important. Ce qui compte c'est la longueur de chacune de ses fibres. Le tissu fabriqué à partir de longues fibres de coton est considéré comme de meilleure qualité qu'un tissu fabriqué à partir de fibres courtes.



LE COTON CARDÉ

Le cardage a pour but de démêler les fibres de coton. Le coton ainsi obtenu et dit « cardé » est un mélange de fibres courtes, plus ou moins épaisses. Peu cher, le coton cardé sert à réaliser le fil « open end », un fil d'entrée de gamme.



LE COTON PEIGNÉ

Le peignage a pour but d'éliminer un maximum de fibres courtes pour ne garder que les plus longues et les plus fines, augmentant ainsi la qualité du touché. Le coton peigné permet de créer le fil dit « ring-spun », un fil de qualité supérieure.



LE FIL « OPEN END »

Les fibres courtes sont agglomérées par jet d'air. Le fil obtenu est épais mais faiblement lié, ce qui donne un aspect mat et un toucher rugueux.
Plus les fibres sont courtes, plus il est difficile de les faire tourner dans le fil sans avoir de petites extrémités qui rendent le tissu rêche.



LE FIL « RING-SPUN »

Les fibres issues du peignage sont resserrées et vrillées, ce qui donne un fil doux, soyeux, résistant, plus stable au lavage et plus solide à l'usage.
Plus les fibres sont longues, plus elles peuvent être filées en un fil fin. Les fils peuvent ensuite être plus étroitement liés, ce qui rend le tissu plus fort, plus doux, plus durable et renforce le sentiment de confort.

Comment verifier la qualité du tissu ?

Touchez-le !
Le t-shirt est-il doux ? Si ce n'est pas le cas il est probablement fabriqué avec des fibres courtes et il sera moins durable.

Regardez-le !

- **Voyez-vous de la lumière à travers le t-shirt ?** Si vous regardez le coton devant une lumière et qu'elle passe beaucoup au travers, c'est signe qu'il n'est pas très dense et il sera moins durable.

- **Voyez-vous des écarts dans les fils ou des fils de taille différente ?** Vous devez pouvoir observer un modèle régulier de lignes lisses. Sinon il n'est pas de bonne qualité.

- **Voyez-vous 18, 30 ou 40 fils simples ?** Plus il y a de fils de coton, plus le tissage est serré. Un tissu serré est plus doux et plus lisse.

RÉF CYB018324 - T-SHIRT BIO VINTAGE



Focus sur la confection, pourquoi cette étape est-elle importante ?

L'assemblage des éléments du t-shirt et les coutures sont des éléments fondamentaux pour assurer une top qualité au produit.



ASSEMBLAGE « TUBULAIRE »

Le t-shirt n'a pas de couture sur les côtés. Les fils sont tissés dans un long tube, puis sont coupés en section selon la taille souhaitée. Cette méthode est efficace et économique. L'assemblage tubulaire est une technique répandue et reconnue.



ASSEMBLAGE « COUPÉ ET COUSU »

Le t-shirt présente des coutures latérales. Il a été assemblé à partir de panneaux séparés pour l'avant et l'arrière. Les modèles féminins sont souvent fabriqués avec des coutures latérales, permettant des coupes cintrées, près du corps.



COUTURES

Les coutures d'un vêtement sont généralement un bon indicateur de sa qualité. De bonnes coutures permettront au t-shirt de durer dans le temps, tout en gardant sa forme. Bien souvent, l'acheteur n'y prête pas attention et il est fréquent que des fabricants cherchent l'économie sur cette étape.



DOUBLES SURPIQÛRES

Les coutures qui assemblent deux morceaux de tissu entre eux sont constamment sous tension et doivent être réalisées en utilisant une méthode sûre telle que les coutures doubles.



OURLETS

L'ourlet se doit d'être stable car il sécurise la forme du vêtement. Les coutures des ourlets doivent être soignées et peu visibles. Un ourlet de mauvaise qualité sera simplement replié à l'intérieur.



COL

Fuyez face à un col large ou mal proportionné, avec des coutures grossières ou ultra apparentes. Un col fin requiert un savoir-faire développé qui ne s'invente pas.



L'astuce en plus pour bien choisir son t-shirt : retournez-le !

L'intérieur du t-shirt est généralement très révélateur du soin accordé à la confection. Retournez le t-shirt et observez les finitions de tous les endroits avec des jonctions un peu délicates : aisselles, épaules, col de propreté (l'intérieur du col).

VRAI OU FAUX ?

LE GRAMMAGE DU COTON EST UNE INDICATION DE QUALITÉ !

FAUX L'épaisseur ne correspond pas à la qualité. Ce qui compte c'est comment est structurée la fibre, sa longueur, son épaisseur et son tissage.

L'UNITÉ DE MESURE DE L'ÉPAISSEUR D'UN FIL S'APPELLE LE POIDS !

VRAI Appelée «poids» ou «weight» et utilisant l'abréviation wt. Sur l'échelle de mesure, 50 wt est un fil fin, 40 wt est un fil moyen, et 30 wt est déjà considéré comme un fil épais. Plus le numérotage est élevé plus le fil est fin. Un fil plus fin offre un tissage plus dense et plus doux.

LE COTON N'EST PAS SUJET AUX BOULOCHES !

FAUX Il est moins sensible au boulochage que d'autres tissus mais l'est tout de même. Cela dit, plus les fibres sont longues, moins elles libèrent de peluches.

LE COTON EST LA FIBRE LA PLUS UTILISÉE AU MONDE POUR LA CONFECTION DE TISSUS !

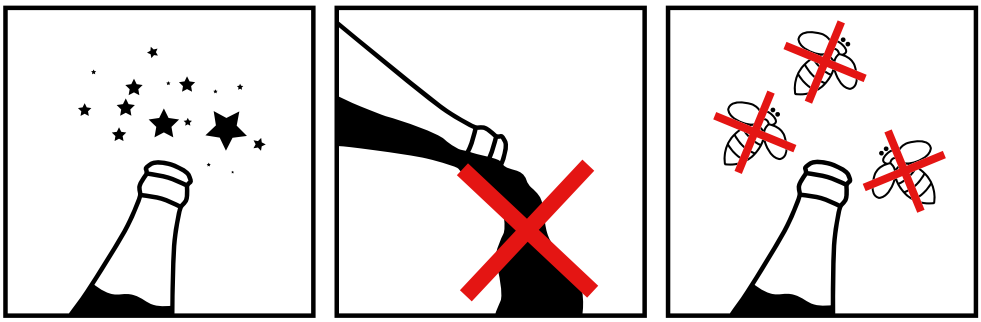
VRAI Et ça nous fait plaisir ! Rappelez-vous qu'un bon t-shirt doit allier douceur + confort + durabilité.

KORKI®

LA CAPSULE EN SILICONE



PROMOTIONAL GIFT AWARD 2017



VOTRE BOISSON RESTE FRAÎCHE | PAS DE BOISSON RENVERSÉE | PAS D'ALTÉRATION DE LA BOISSON

RÉF KRK01801 - CAPSULE SILICONE - EN EXCLUSIVITÉ



Expert Lab

L'Expert Lab déniche, teste et décrypte les produits !

Les produits présentés sont analysés par des Expertes de l'objet pour vous aider dans votre réflexion lors du choix de votre prochain achat, pour votre prochaine campagne de communication, lancement de produit ou recherche de fidélisation clients.

Dans ces fiches, vous trouverez des Émoticônes qui vous donneront le ressenti sur un produit par rapport à notre expérience d'Expert Lab. Chaque produit est testé !

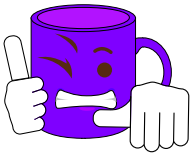
Référez-vous au lexique, ci-dessous, pour en comprendre la signification.



Notre coup de coeur



On a testé pour vous



On déconseille



Produit petit budget



Produit trop malin



Produit So Swag !



Je l'offrirais bien à mamie



Produit gros budget

LE SAC À DOS

Étanche et ultra confort

100 %
étanche grâce à sa toile PVC

51 cm
la hauteur du sac
Dimensions : 31 x 51 x 21 cm

0
le nombre de tâche sur la toile - Très facilement lessivable

25 L
la capacité volumique du sac



6
le nombre de renforts pour le dos et les épaules

9
le nombre de sangles détachables

800 g/m²
la qualité de la toile PVC

2
le nombre de capteurs réfléchissants

3
le nombre de poches (1 centrale et 2 latérales)

RÉF OXP018905 - SAC À DOS ÉTANCHE









Produit validé par nos expertes







LA TROTTINETTE

Objet électrique pour la route

8.4kg
le poids de la trottinette

25km/h
sa vitesse maximale (norme française)

15km
l'autonomie de la batterie

2
les types de freins existants : avant électrique et arrière à friction



3h
la durée de charge de la batterie

x2
bimatière : aluminium, poignées en caoutchouc

100kg
le poids maximal de l'utilisateur

14ans
l'âge minimal pour pratiquer la trottinette électrique (norme française)

RÉF ELT0180124 - TROTTINETTE ÉLECTRIQUE









Produit validé par nos expertes



LE DRONE

À piloter avec son smartphone

40m
la distance de contrôle maximale du smartphone

500mAh
la puissance de la batterie rechargeable

4
le nombre d'hélices
Quadricoptère - 4 moteurs

2 médias
il permet de prendre des photos et vidéos



1
le nombre de caméra embarquée

90g
il est ultra léger

2h
la durée de charge de la batterie

8min
l'autonomie de vol maximale par charge

720px
la résolution de la caméra

RÉF ELT0180123 - DRONE PLIABLE









Produit validé par nos expertes







LE BOWIE

Le stylo rock marquage miroir

3
le nombre de waouh en voyant :
- le toucher gomme
- les attributs chromés mats
- la qualité des finitions

16327
le nombre d'autographes que vous pourrez signer grâce aux 2 km d'autonomie de sa recharge Elite

∞
La durée de vie du stylo grâce à la possibilité de changer sa recharge Italienne équipée d'encre allemande



1.2mm
le diamètre de la bille en carbure de tungstène

100%
L'effet Bowie style Glamrock de la gravure miroir

5 le nombre de modèles existants :
- le Bowie stylus
- le Bowie Rock'n' Rollerball
- le Bowie Pen & pencil Set
- le Bowie Blackstar Gift Set
- le spécial Black Bowie Ballpoint Pen

1965
l'année où David Bowie signa officiellement son pseudonyme

LE BOWIE

RÉF LGO018002 - STYLO BILLE FINITION GOMME

5 modèles disponibles sur option
en coffret cadeau



Rock'n' Roller style



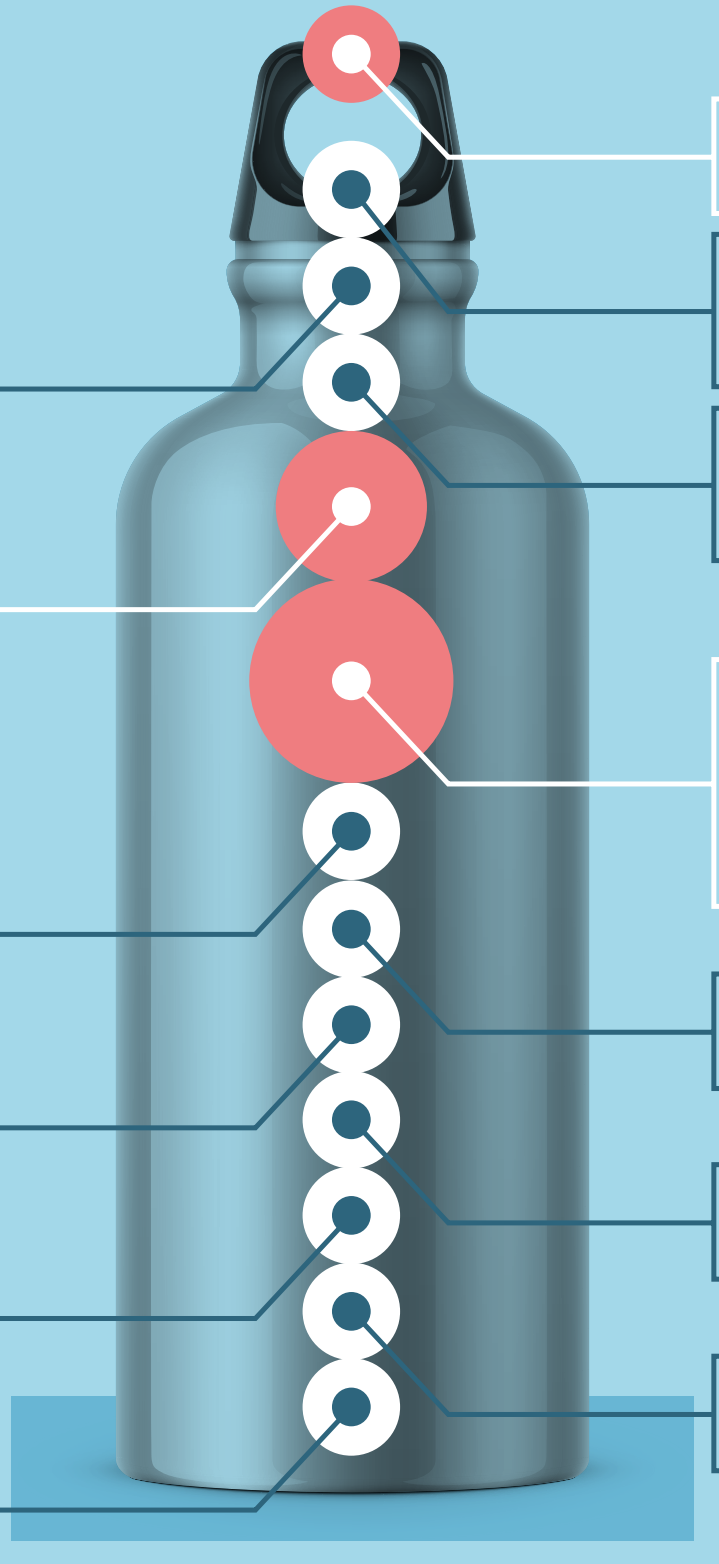
Couleur au Pantone®
à partir de 5000 pièces



Produit validé par nos expertes



LA COMPOSITION D'UN PRIX



LES TAXES DE L'ÉTAT

LA MARGE DE VOTRE PRESTATAIRE

LES FRAIS DE MANUT' ET STOCKAGE

LES FRAIS DE PORT

LES FRAIS DE MARQUAGE
FORFAIT FIXE PAR COULEUR PAR POSITION

LES FRAIS TECHNIQUES
FORFAIT FIXE PAR COULEUR PAR POSITION SUR UNE PETITE QUANTITÉ LES COÛTS S'ENVOLENT

LE MARKET/ COM

LE PACKAGING

LES NORMES/ QUALITÉ

LE RESPECT DES TRAVAILLEURS

LES OUTILS DE PRODUCTION

LA R&D

LES MATIÈRES PREMIÈRES

LES COMPOSANTS D'UN PRIX

LES FRAIS IMPACTANTS SUR LES PETITES QUANTITÉS

1 PRIX = 1 Qualité

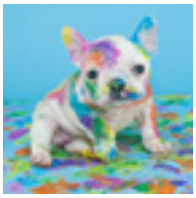
DÉCOMPOSONS LE PRIX D'UN OBJET PROMOTIONNEL ENSEMBLE. L'EXPRESSION « C'EST TOUJOURS TROP CHER ! » A SES LIMITES.

Certaines étapes ne sont pas optionnelles, elles demandent du temps et du savoir-faire.
Tirer les prix toujours plus bas apporte des risques sur la qualité et donc sur votre image de marque. Que pensez-vous d'une entreprise qui vous offre un stylo qui se casse à la première utilisation ? Vous pensez qu'elle n'a pas mis le prix et qu'elle ne respecte pas ses clients.

Tout a un prix juste et on vous explique ce que le prix comporte.









LE MARKET/COM

MONTRER AUX YEUX DES PROS SON OBJET

Concevoir un produit c'est bien, le rendre visible et le faire émerger sur le marché est onéreux.



LE PACKAGING



SUSCITER L'ÉMERVEILLEMENT

Le packaging est le premier contact que vous avez avec un objet. Le choix de son emballage est déjà le commencement d'une expérience au-delà de la notion de sécurité.

LES NORMES/QUALITÉ

RESPECTER LA LOI

Qu'il soit en contact avec des enfants, des animaux ou du public, un objet est soumis à des normes nécessaires pour la sécurité. Choisir un prestataire qui a des produits respectant les normes européennes est déjà un gage de sérieux.



LE RESPECT DES TRAVAILLEURS



TOUT A UN PRIX

Les normes RSE imposent le respect des salariés qu'ils soient en France ou à l'autre bout du monde. L'interdiction du travail des enfants ou favoriser l'éducation font partie des engagements des acteurs du marché, et c'est tant mieux.

LES OUTILS DE PRODUCTION

LA MAIN HUMAINE

Malgré la volonté des usines d'automatiser les chaînes de production, certaines actions sur un objet se font encore à la main. L'outillage et le savoir-faire ont un coût non négligeable.



LA R&D



RÉFLÉCHIR A UN COÛT

La différenciation, la nouveauté viennent des services de R&D, de design, d'ingénieurs. Concevoir et créer sont des postes nécessaires au renouveau des objets de demain.

LES MATIÈRES PREMIÈRES

FLUCTUATION MONDIALE

Les matières premières sont aussi soumises à des fluctuations mondiales de la bourse. Elles ont une incidence directe sur le prix des composants de votre objet. La consommation des pays emergents influe sur les cours.



LE PRIX DU PRODUIT

LA QUALITÉ A AUSSI UN PRIX JUSTE

Le prix du produit est impacté par son côut de matière première, son coût de R&D, sa fabrication, sa qualité, l'impact de son environnement social et salarial et les normes auxquelles il doit répondre. Tout produit a un prix minimum et a surtout une limite.



LES FRAIS TECHNIQUES

PAR COULEUR

Il s'agit des coûts nécessaires au prestataire pour réaliser le calage machine ou le film (pochoir) nécéssaire à l'impression de votre logo.



LES FRAIS DE MARQUAGE

PAR COULEUR PAR POSITION

Ils sont répercutés par élément de marquage et par position. 1 logo 1 couleur 1 position est moins cher qu'1 logo 2 couleurs 1 position. Pour la quadrichromie il s'agit d'un forfait global.



LES FRAIS DE MANUT' ET STOCKAGE

DÉBALLER/ REMBALLER

Lorsqu'un produit est livré sous un sachet plastique ou un packaging, Il a dû être manipulé. Ces actions aussi impactent le prix de votre article.



LES FRAIS DE PORT

INCOTERMS

EXW, FOB, DAP.... Ces frais dépendent de l'origine des produits du fournisseur et du nombre d'allers et retours entre prestataires pour obtenir le produit fini, livré chez vous.



LA MARGE DE VOTRE PRESTATAIRE

TOUS LES ACTEURS SE RESPECTENT

La marge de votre partenaire lui permet de garantir une qualité de services et de conseils. Il vaut mieux parfois payer un peu plus cher pour s'assurer du meilleur service avant et après vente.



LES TAXES DE L'ÉTAT

DEEE/SORECOP/ TAXES PILES ET ACCUMULATEURS

Que ce soit pour le recyclage des emballages, la mémoire vive d'une clé USB ou une batterie d'un produit, l'état impose des taxes sur de nombreux articles.



TOUT LE MONDE AIME OREO

TOUT LE MONDE AIMERA VOTRE MARQUE



LAISSEZ-VOUS CROQUER !





RÉF KAY018053 - BISCUIT OREO®



01



02



03



04

Moins de 1 €



05



07



06



Les indispensables

01 - RÉF KAY018070 - AMANDES À LA VANILLE. **02** - RÉF TKR018128 - TOUR DE COU LACET. **03** - RÉF BRA018563 - CARTE DE MAQUILLAGE SUPPORTER. **04** - RÉF TKR018129 - PONCHO BALL. **05** - RÉF LUM018087 - PORTE-CLÉS COQ. **06** - RÉF KAY018063 - BONBON TISANE. **07** - RÉF LET0180581 - BADGE MÉTAL 59 MM. **08** RÉF BRA018561 - BRACELET SILICONE PLAQUE ALU. **09** - RÉF KAY018030 - SACHET MY M&M'S®.



08



09







01





02



03

De 2 à 5 €



04



05



06

Les indispensables

01 - RÉF TOG018735 - TOUR DE COU USB DOFFER. **02** - RÉF KAY018049 - SACHET DE SCHOKO-BONS®. **03** - RÉF TKR018130 - PORTE-DOCUMENTS SQUARE (STYLO NON FOURNI). **04** - RÉF BIC018056 - BRIQUET BIC LONGUE DURÉE. **05** - RÉF TKR018131 - ÉTUI POUR CARTES DE VISITE. **06** - RÉF LET0180110 - SAC SHOPPING GENIUS. **07** - RÉF EHD018073 - CALENDRIER PREMIUM EXOTIQUE. **08** - RÉF LUM018014 - TIRELIRE COCHON PIGGY. **09** - RÉF CYB018326 - POCHETTE COSMÉTIQUE (PRODUITS COSMÉTIQUES NON FOURNIS).



09



07



08



01



02

Moins de 10 €



03





04



05

Les indispensables

01 - RÉF ALC018002 - COFFRET ÉLÉGANCE 16 PIÈCES CHOCOLAT. **02** - RÉF LGO018009 - COFFRET STYLO BILLE ET PORTE-MINE. **03** - RÉF BIC018108 - SOURIS LUMINEUSE. **04** - RÉF TKR018132 - SAC À DOS MULTIPOCHES. **05** - RÉF LET0180646 - CHAPEAU CANOTIER. **06** - RÉF TKR018022 - CONFÉRENCIER A4 EN LIÈGE. **07** - RÉF TKR018133 - BATTERIE DE SECOURS 2 EN 1. **08** - RÉF CYB018266 - PARAPLUIE COLORMAGIC®.



06





07

08





01 KARIBAN





02

Plus de 50 €



03



04

Les indispensables

01 - RÉF OXP018906 - DOUDOUNE LEGÈRE. **02** - RÉF BIC018109 - CAMÉRA SPORT. **03** - RÉF CDP018083 - MONTRE CHRONO FREEZE. **04** - RÉF LET0182275 - CHAISE METTEUR EN SCÈNE. **05** - RÉF TKR018134 - VALISE TROLLEY MULTIPOCHES. **06** - RÉF TKR018133 - COUTEAU ALSACIEN. **07** - RÉF BIC018110 - ÉCOUTEURS RONDS SPORT BLUETOOTH DESIGNED IN FRANCE.



05



06



07



euromant



RÉF EMT01801 - PLAID COLOR RANGE - EN EXCLUSIVITÉ

#LifeStyleForEver

#ART2VIVRE?, #DESIGNDEOUF, #SOCUTE

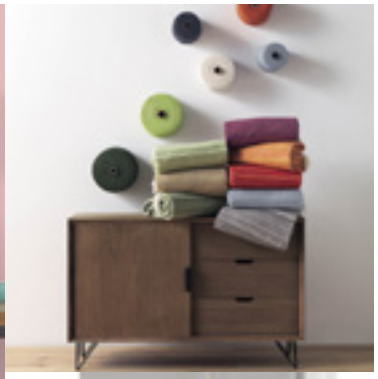
LIFESTYLE

Le concept LifeStyle est aujourd'hui ancré dans nos façons de vivre· Être dans un environnement sain et qui nous respecte, apporte satisfaction et apaise nos tensions· N'est-ce pas ce que nous recherchons ?
LifeStyle dans la vie, alors pourquoi pas au bureau ?
En changeant votre environnement de travail, vous accompagnerez vos collaborateurs et boosterez leur créativité·
Leur donner envie de s'impliquer davantage vous permettra de réduire le stress au travail et décuplera l'implication de soi·

Notre sélection LifeStyle est une manière de prendre soin de votre équipe· Le management change, les rapports vie privée/vie professionnelle changent, la société change, les nouvelles générations aussi· Alors, n'est-ce pas l'occasion de repenser votre environnement de travail ? Bien-être au travail, respect d'autrui, bienveillance font partie de la mutation de l'entreprise, ne passez pas à côté· Pour ceux qui doutent : Non !, ce n'est pas juste une tendance éphémère··· Prêt à tenter ? Prêt à sortir du cadre ?









EXCLUSIVITÉ

Les plaids

RÉF EMT01801
PLAID COLOR RANGE

Le cocooning, une manière d'être, de penser et de vivre· Le plaid, véritable objet de décoration, se veut de qualité pour un sentiment de réconfort et de bien-être·
« Le plus grand secret du bonheur est d'être bien avec soi· »
Fontenelle

#LifeStyleForEver

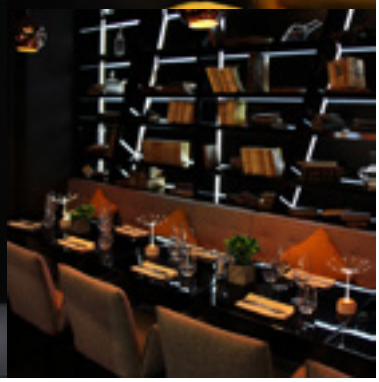
#ART2VIVRE?, #DESIGNDEOUF, #SOCUTE

« Équipez vos bureaux ou ceux de vos clients »

Vous pouvez offrir ces objets personnalisés avec votre logo







EXCLUSIVITÉ

Mini-Wish

RÉF STU01801
MINI-WISH

Véritable ambassadrice d'un savoir-faire français unique, une approche design qui fait appel à la romance·
Une lampe unique pour une occasion spéciale·
« Les étoiles sont éclairées pour que chacun puisse un jour retrouver la sienne· »
Antoine de Saint-Exupéry

EXCLUSIVITÉ

WAaf

RÉF STU01802
WAAF

WAaf, lampe ludique qui a « du chien », a été imaginée par le designer Pierre Stadelmann· Modulable, faites-lui prendre la pose·
« Quel sort plus triste pour un chien que de n'appartenir à personne ! »
Paul Claudel





#LifeStyleForEver

#ART2VIVRE?, #DESIGNDEOUF, #SOCUTE







Logo végétal

RÉF IMP018061
LOGO VÉGÉTAL

Mettre au cœur de sa communication le végétal, c'est être conscient de ce que la nature nous apporte· Le végétal symbolise le bien-être, l'éco-responsabilité et la positivité·
« Tout art est une imitation de la Nature· »
Sénèque







EXCLUSIVITÉ

Bean Bag

RÉF BGA01801
BEAN BAG

L'espace détente est essentiel, aujourd'hui, dans nos entreprises· Bean Bag c'est l'alliance entre le design tendance et l'esprit détente·
« Le repos rend l'esprit plus libre et plus sain pour réfléchir· »
George Sand

SACAR

– 1932 –



RÉF SCR01802 - SAC CABAS LUCIE & ALEX

HUGO BOSS

Christian Lacroix

CERRUTI 1881

ungaro

JEAN-LOUIS SCHERRER

NINA RICCI

cacharel
PARIS

ice watch

LUXE

S'IL EST BIEN UN SECTEUR QUI SE DIFFÉRENCIE DE PAR SON OBJECTIF EN TERMES DE COMMUNICATION, C'EST BIEN LE CADEAU D'AFFAIRES. LORSQU'UNE ENTREPRISE OFFRE UN CADEAU DIT DE LUXE, C'EST AVANT TOUT UN SYMBOLE DE REMERCIEMENT, DE GRATIFICATION DU TRAVAIL ÉLABORÉ CONJOINTEMENT.

#MERCI #PARTENARIAT #GOODJOB

Comme pour toute communication, il est important de surprendre. Alors comment ?
Au-delà des occasions « traditionnelles » : fin d'année, nouvelle année, action de stim, voyez plus grand ! Innovez, créez la surprise, faites du bruit avec une communication inédite !








Un cadeau peut faire plaisir, mais ce n'est pas si simple de le choisir, qui plus est lorsque l'on souhaite qu'il ait une image haut de gamme.
Certains assureront donc en s'appuyant sur une marque. L'avantage est immédiat : le cadeau a une valeur connue ou estimable.
L'important est de réussir l'association de ladite marque avec la vôtre afin que les valeurs soient proches. C'est aussi un excellent moyen pour confirmer les vôtres.

Tout objet peut être marqué avec votre logo. Attention cependant à ce qu'il ne prenne pas trop de place par rapport à la marque du produit, sans quoi l'effet escompté serait perdu.

« *Régime fiscal* **69** € TTC »

Le montant maximum par cadeau par personne pour déduire la TVA. Vous pourrez toujours offrir un cadeau plus cher mais sans en déduire la TVA au-delà des 69€ TTC



Promocadeaux Éditions®

CADEAUX D'AFFAIRES

COMMENT DÉFINIR UN CADEAU D'AFFAIRES ?

UN  DÉPEND

DE **VOTRE CIBLE**

DE *votre objectif*

DE *votre budget*

1 LA CIBLE

VOS CLIENTS

VOS SALARIÉS

VOS FOURNISSEURS

VOS PARTENAIRES

2 L'OBJECTIF

STIMULER & MOTIVER	45 %
REMERCIER & FIDÉLISER	32 %
MARQUER UN MOMENT	23 %

90 % DES CADEAUX SONT **PERSONNALISÉS**

3 LE BUDGET

ENTRE 30 à 69 €

POUR **38 %**

SUPÉRIEUR À 69 €

POUR **34 %**



Gastronomie

34 %



Vin et spiritueux

32 %



High Tech

26 %

Sans oublier

LE MADE IN FRANCE – LIFESTYLE
LE BIO ET ZEN – LA MAROQUINERIE
LA COMMUNICATION IMPRIMÉE

69 € TTC MONTANT SUR L'ANNÉE ET PAR PERSONNE REPRÉSENTANT LE SEUIL À NE PAS DÉPASSER POUR DÉDUIRE LA TVA. IL COMPREND LES FRAIS DE PORT ET L'EMBALLAGE S'IL Y EN A

SOURCE 2FPCO

SI J'ÉTAIS UNE TECHNOLOGIE

La tendance est au drone, alors bien évidemment c'est le cadeau d'affaires à offrir par excellence. Pilotable facilement à partir d'un smartphone, ce modèle séduira toute la sphère privée de son heureux destinataire.

EXCLUSIVITÉ

ZOGI®















RÉF GIZ01812 - DRONE PROFLY

SI J'ÉTAIS UN ACCESSOIRE

C'est l'effet waouh de votre communication. Un cadeau utile qui fait plaisir. Montre, pour toujours être dans le bon timing et stylo, pour signer et sceller les précieux partenariats.
L'accessoire a l'avantage de séduire aussi bien les femmes que les hommes, jeunes ou moins.







RÉF CDP018116 - MONTRE DAUPHINE H/F

SI J'ÉTAIS UN COMBO

Le coffret contenant plusieurs cadeaux est la bonne idée pour satisfaire le plus grand nombre. Cela crée une harmonie visuelle des objets et c'est So Cute !
Votre marque accompagnera ainsi sa ou son destinataire plus longtemps, plus souvent.

NINA RICCI







RÉF STI018872 - SET PAMPILLE

ungaro









RÉF STI018873 - SET ULTRAVIOLET

CERRUTI 1881





RÉF STI01I8874 - STYLO HAMILTON

SI J'ÉTAIS UN DÉPLACEMENT

Qu'on soit plus trolley rigide facilement maniable ou sac de voyage pour le week-end, ce cadeau d'affaires est toujours apprécié pour son côté pratique. Mieux que l'objet qui se range, celui-ci est la définition même de l'image. Combien de personnes vont voir votre marque sur le tapis roulant de l'aéroport ?

Ki·mood
BAGS & ACCESSORIES







RÉF OXP018907 - TROLLEY SOUTE KIMOOD®

SACAR

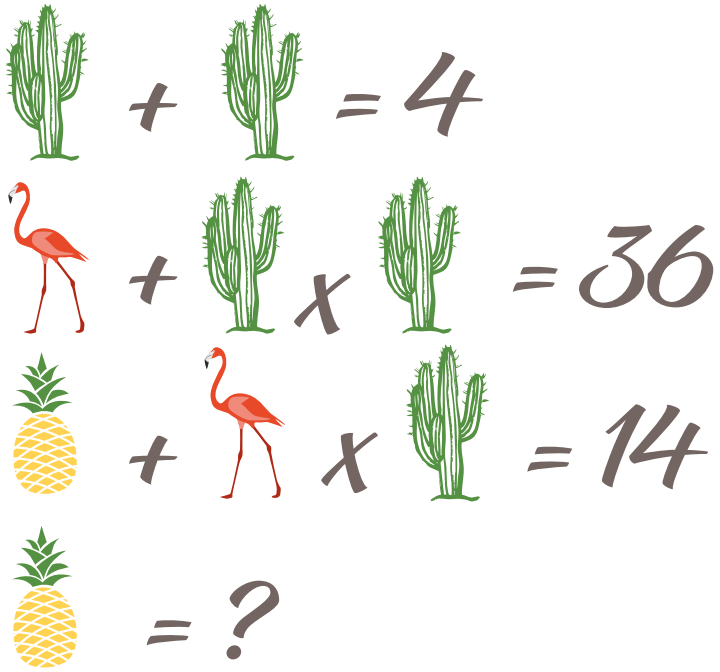
– 1932 –



RÉF SCR01801 - SAC ORDINATEUR PAUL ET CAMILLE

Jeux

A) Sauras-tu trouver la bonne réponse ?



B) Sauras-tu attraper le coeur ?



C) Combien y a-t-il de carrés ?



D) Sauras-tu retrouver la clé de 12 qui s'est cachée dans une des pages du magazine?

A) Réponse : 1 Ananas vaut -50; C) : Il y a 30 carrés; D) page 51

Horoscope

Bélier
21 mars au 19 avril

Travail
Des compétences d'adaptation et dépassement de soi sont au programme cette année. Les Béliers sont des personnes pleines de surprises.

Santé
Débordant de tonus et de dynamisme, vous manifesterez, en plus, une endurance remarquable. Vous aurez beau multiplier les activités de toute sorte, vous ne vous sentirez guère fatigué.

Attractiv' MERCI

★★★★★

Taureau
20 avril au 20 mai

Travail
Créativité et ingéniosité sont au rendez-vous chez les Taureaux. Ces derniers sont des personnes sur lesquelles on peut compter.

Santé
Privilégiez la détente, en vous évadant le plus possible, allégez vos obligations, et accordez-vous davantage de temps, rien que pour vous.

Attractiv' MERCI

★★★★☆

Gémeaux
21 mai au 20 juin

Travail
Votre désir d'aboutir et d'arriver sera stimulé, ce qui vous permettra de concentrer vos forces sur le but à atteindre sans vous laisser détourner par des choses de moindre importance.

Santé
Vous ne prendrez probablement pas conscience de votre nervosité. L'idéal serait que vous preniez le temps de faire de l'exercice pour dépenser votre énergie.

Attractiv' MERCI

★★★★☆

Cancer
21 juin au 22 juillet

Travail
Vous ressentirez le besoin d'exprimer votre créativité ou de prendre des initiatives. Vous devrez toutefois, demander le feu vert à votre hiérarchie.

Santé
Pensez à vous évader de temps en temps, histoire de faire le plein d'énergie et d'optimisme.

Attractiv' MERCI

★★★☆☆

Lion
23 juillet au 23 août

Travail
Vous devrez garder l'esprit ouvert et vous laisser aller dans le sens du courant. Vous devrez vous imposer en souplesse.

Santé
Vous serez en pleine forme et croquerez la vie à pleines dents. Enjouée, vive et pétillante, vous savourerez chaque instant avec intensité.

Attractiv' MERCI

★★★★☆

Vierge
24 août au 22 septembre

Travail
Votre mémoire vous évitera de perdre un temps précieux en recherches inutiles. Vous en impressionnez même vos collègues.

Santé
Vous vous sentirez en pleine forme et en pleine possession de vos moyens. Solide, robuste et énergique, vous saurez venir à bout de toutes vos obligations.

Attractiv' MERCI

★★★★★

Balance

23 septembre au 22 octobre

Travail

Il vous sera plus facile qu'à l'ordinaire de travailler en équipe. Les circonstances s'y prêteront bien, d'autant plus que vous aurez malgré tout les coudées franches.

Santé

Pensez à prendre soin de vous et évadez-vous de temps en temps, histoire de vous ressourcer.

Attractiv' MERCI

★★★☆☆

Scorpion

23 octobre au 21 novembre

Travail

Essayez de vous exprimer le plus clairement possible pour ne pas provoquer de malentendus. Vous aurez envie de changer d'activité. Ne prenez pas de décision à la légère.

Santé

Vous renouvellerez en profondeur votre façon de vivre. C'est une excellente période pour revoir votre hygiène de vie. Pensez sport, loisirs, activités…

Attractiv' MERCI

★★★★☆

Sagittaire

22 novembre au 21 décembre

Travail

Vous aurez des négociations à mener, des questions d'organisation à régler, avec le souci d'accomplir les choses en douceur. De vos initiatives découlera votre avenir professionnel.

Santé

Un excellent moral et une énergie à toute épreuve, voilà ce qui vous attend.

Attractiv' MERCI

★★★★★

Capricorne

22 décembre au 20 janvier

Travail

Vous entrez dans de grandes discussions déterminantes pour votre avenir. Ne vous inquiétez pas, vous serez prête et même si cela apporte certains changements, ils seront sans aucun doute positifs.

Santé

Du peps, vous en aurez plus qu'assez. Mais voilà : à vouloir trop en faire, vous risquez de partir dans tous les sens et de caler avant la ligne d'arrivée.

Attractiv' MERCI

★★★★☆

Verseau

21 janvier au 19 février

Travail

Vous avez votre routine et vous redoutez les changements qui se produiront dans le cadre professionnel. N'ayez crainte, il vous faudra simplement un temps d'adaptation.

Santé

Vous bénéficierez d'une excellente forme physique. Beaucoup plus tonique que dernièrement, vous récupérerez rapidement en cas de stress ou de fatigue.

Attractiv' MERCI

★★★★★

Poisson

20 février au 20 mars

Travail

Vous voudrez probablement aller un peu trop vite. Les tâches que vous aurez à réaliser demandent beaucoup de précision et il ne s'agit pas de les bâcler. Maîtrisez votre impulsivité.

Santé

Cette fois, vous pourrez faire le plein de tonus et de dynamisme. En prime, vous afficherez un moral d'acier, un élément capital pour vous aider à vous maintenir en bonne forme.

Attractiv' MERCI

★★★★☆



UN OBJET VOUS PLAÎT ?
COMMENT PASSER COMMANDE ?

KEEP CALM AND

CONTACTEZ DIRECTEMENT VOTRE EXPERT DE L'OBJET
EN LUI INDIQUANT LA RÉFÉRENCE PRODUIT.

Éditeur : Promocadeaux® Éditions
(49 Beaucouzé - Angers)
Directeur exécutif : Christophe Marghieri
Directrice de la rédaction : Maud Soucheleau
Directrice artistique : Fanny Emery
Rédactrice en chef : Carole Bernard
Rédaction : Camille Cousseau, Solivan Ang, Marine Beaumard, Anne-Sophie Cambuzat
RAF : Ludovic Troisgros

Crédits photos : Shutterstock®, Freepik®
Imprimé par Setig Abelia Imprimeur
Officiellement Objet est imprimé avec des encres végétales
Ne peut être vendu
Diffusé uniquement par les membres du réseau Promocadeaux®

Zogi®, Euromant®, Boogaard®, Korki®
sont des marques vendues exclusivement par votre expert de l'objet

PEFC 10-31-2873
IMPRIM'VERT®
afaq ISO 9001 Qualité AFNOR CERTIFICATION N° certificat : 2015/69371.2
UN GLOBAL COMPACT NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL



RÉF BIC018023 - BIC® 4 COULEURS



RÉF SLS018034 - SWEAT À CAPUCHE SHERPA - RÉF SLS018039 - SWEAT TRICOLORE UNISEXE