

Avec la reprise des évènements à la rentrée prochaine, la 2FPCO invite les annonceurs à anticiper leurs besoins

Le déconfinement marque le retour des évènements grand public et professionnels (salons, séminaires, etc.). Les mois de septembre et octobre s'annoncent d'ores et déjà particulièrement riches en évènements. C'est généralement dans ce cadre que les annonceurs font appel aux acteurs de l'objet publicitaire afin d'offrir des cadeaux à leurs publics. Dans ce contexte, la 2FPCO (Fédération française des professionnels de la communication par l'objet) souhaite alerter les annonceurs sur la nécessité d'anticiper leurs besoins. Car avec un afflux de demandes simultanées, combiné à des délais de fabrication allongés et une logistique mondiale encore perturbée par la pandémie, l'anticipation est de mise pour aborder cette rentrée sereinement.

Une croissance de la demande d'objets publicitaires boostée par le retour des évènements

La reprise des évènements à la rentrée marque le retour d'une forte demande d'objets publicitaires. Antony Villéger Vice-Président de la Fédération le confirme : « *Nous avons des remontées de la part de nos adhérents, la demande repart de manière significative. Et nous constatons que cette demande est directement liée au retour des évènements en présentiel. En effet, les annonceurs souhaitent être très visibles dès les premiers instants qui permettront d'échanger physiquement avec leur public. Cette fenêtre peut être à la fois une opportunité de consolider une relation qui a été distante pendant près de 2 ans, et une opportunité de conquête, car les entreprises concurrentes n'auront pas assez entretenu des liens clients fragilisés. Les annonceurs souhaitent marquer le coup et témoigner à leurs clients de l'importance de leur relation. Leur offrir un objet média qui les accompagnera dans leur quotidien est un bon moyen d'y parvenir* ».

Des délais de fabrication allongés et une logistique mondiale encore perturbée

Bois, métaux, plastique, verre, composants électroniques... la crise de la Covid-19 a généré une pénurie de certaines matières premières et désorganisé les chaînes d'approvisionnement mondial. Cette pénurie est accentuée par une demande forte sur certains matériaux (équitables, recyclables...) liée à la volonté des annonceurs d'offrir des objets publicitaires plus durables et plus responsables. Antony Villéger, confirme : « *Les annonceurs sont de plus en plus nombreux à vouloir offrir des objets réalisés à partir de matière recyclée. La pénurie de matière première est plus marquée encore sur des matières recyclées comme le rPET (polyéthylène téréphtalate recyclé, un type de plastique recyclé) qui est très demandé. La demande est également très forte sur les produits Made In France, mais les capacités de production ne suivent pas forcément* ». La pénurie de certaines matières premières qui touche l'ensemble des industriels, combinée à des capacités de production insuffisantes, contribue à allonger les délais de fabrication des produits. A ces délais de fabrication allongés, il faut ajouter une chaîne de logistique mondiale encore perturbée par la pandémie.

Antony Villéger poursuit « *Un grand nombre d'objets médias sont fabriqués en Asie et arrivent en France par voie maritime. Depuis la pandémie, les délais de transports se sont allongés. Il faut compter minimum 7 à 8 semaines de transport, avec des prix de containers qui ont été multipliés par 6 en quelques mois passant de 1500 dollars à plus de 10 000 dollars pour une prestation dégradée.* »

Tous ces facteurs réunis conduisent la 2FPCO à inviter les annonceurs à se rapprocher des acteurs de l'objet média dès à présent pour être prêts pour leurs évènements de la rentrée.

A propos de la 2FPCO :

Fondée en 2004, et comptant désormais 200 adhérents, la 2FPCO est l'organisation représentative des entreprises qui fabriquent, marquent ou distribuent des objets dont la finalité est de promouvoir la notoriété, l'image, les produits et services des annonceurs. Cette association a pour missions de valoriser l'image des métiers de la communication par l'objet, de défendre les intérêts des professionnels de ce secteur auprès de leur environnement économique, social et politique et d'optimiser le savoir-faire de ses membres grâce à la veille réglementaire et à la formation.

Pour en savoir plus : www.2fpc.com