

**ECOSTYLO**<sup>®</sup>



NF 400 Instruments d'écriture  
[www.ecolabels.fr](http://www.ecolabels.fr)

# Ecostylo<sup>®</sup> dans la presse

22 Septembre 2010

**ECOSTYLO**<sup>®</sup>

  
**PROMOCADEAUX**<sup>®</sup>  
1<sup>ER</sup> RESEAU EUROPEEN DU CADEAU D'ENTREPRISE

### # UN CRAYON ÉCOLO

Plus que jamais, l'écologie est au cœur des préoccupations de chacun. C'est pour cette raison que BL International propose un crayon en papier journal recyclé. Personnalisable dans sa totalité en quadribromes, la couleur de ses accessoires d'écriture est au choix.



**BL INTERNATIONAL**  
Tél. +33 (0)5 50 04 27 87  
bl@blinternational.fr  
www.blinternational.fr

### # SAC EN MATIÈRE RECYCLABLE OU RECYCLÉE ?

La tendance est à la préservation de notre planète. Les amateurs privilégient les sacs-eco shopping en matières recyclables et plus encore recyclées. Les sacs-eco peuvent être totalement personnalisés et ainsi véhiculer une identité graphique et un message complet. Ces matières peuvent aussi être découpées en bagagerie classique, la création graphique la transformant en seltector.



**GLOBE TIME BY BLDL**  
Tél. +33 (0) 68 40 66 61  
globe@blinternational.fr  
www.globe-time.com

### # JE VEUX ÊTRE SENSUELLE !

De préférence toujours à mes côtés, zote, aux lignes évasées et pure, aux technologies avancées : la mini souris DBB est particulièrement élégante et douce au toucher. Facile à transporter, est accessible grâce à l'usage automatique en rotation. La mini souris K&E 9 est fabriquée avec un Eco Label.



**NOW AND ZEN**  
Tél. +33 (0)2 40 50 50 24  
nowandzen@nowandzen.fr  
www.nowandzen.fr

### # L'ÉCOLOGIE AU MEILLEUR PRIX

BV PROMO propose un stylo bille fabriqué en Europe à 83 % d'emballages et de plastiques recyclés. EcoStylo est le résultat d'une démarche d'eco-conception certifiée par l'AFNOR au travers de son label NF ENVIRONNEMENT. Pour une communication plus verte !



**BV PROMO**  
Tél. +33 (0) 1 66 80 83 50  
bv@bvpromo.com  
www.bvpromo.com

## Un peu de verdure... Dans les campagnes promotionnelles

Véritable phénomène de société, le développement durable fait désormais partie intégrante de notre quotidien. Pour participer à l'effort collectif, de nombreuses marques et revendeurs d'objets et de textiles promotionnels proposent des solutions afin de bâtir des campagnes marketing plus éco-responsables.



Sac de voyage  
65 % coton  
35 % polyester  
**CITIZEN GREEN**

Chaque année, les Français rejettent 391 kg de déchets ménagers (source ADEME, 2017). C'est un équilibre, de plus, en plus d'annonces et de consommateurs sont sensibles aux préoccupations environnementales et souhaitent réduire leur impact écologique. De nombreuses entreprises ont donc commencé à revoir leur mode de production afin de proposer des produits plus verts. La marque Enviro-Com mise par exemple depuis plusieurs années sur des produits éco-responsables, qualité qui font désormais partie



Sac de voyage  
100% polyester  
100% coton  
100% papier recyclé  
**CITIZEN GREEN**

intégrante de son identité. « Nous sommes un peu devenus la référence française pour les objets liés à ce créneau : avec une particularité : nos produits sont fabriqués en France ou en Europe », explique Jean-Philippe Grand. Il n'y a pas de fabrication asiatique car nous considérons que le développement durable passe aussi par le respect de l'aspect social. En plus du fait qu'un objet, même s'il est recyclé ou recyclable à moins d'intensité s'il a fait des milliers de kms en avion. Un bon produit, développement durable, c'est un objet fabriqué avec nous.

info - www.tendanceobjet.com

TendanceOBJET – News N°5

Sept 2010



# Marketing

CADEAUX D'AFFAIRES



"Il y a une réelle reconnaissance de l'importance du cadeau dans les affaires. Le grand enjeu des cadeaux est lié au budget exclusivement", explique Agnès Basso, de Promocadeaux.

**Le qualitatif plus que le quantitatif**  
 "Quand on parle cadeaux d'affaires, il s'agit de budgets basés sur du qualitatif. C'est une question de gestion. C'est une affaire qualitative, pas quantitative", estime Agnès Basso, la présidente générale de Promocadeaux, le spécialiste des producteurs de cadeaux d'affaires et d'objets publicitaires. Le cadeau doit à la fois refléter une destination ou l'entreprise qui offre. "Il est important de ne pas passer à côté de messages de reconnaissance au profit d'un message, c'est important pour une entreprise de bien communiquer", ajoute Agnès Basso. "À l'heure actuelle, il ne faut pas insister sur le budget, mais sur le message."

**"Pour beaucoup d'entreprises, le cadeau est multifonctionnel : un outil de communication, et c'est pas réglé"**

par exemple n'est pas réservé à la relation avec les cadeaux d'affaires. Il est aussi utilisé par les entreprises pour leur communication interne, selon l'expertise d'Anthony Ledoux.

### 3 questions à Anthony Ledoux, responsable du site Otago

**"On a observé un renouveau sur les produits traditionnels, notamment le gastronomique"**

**À quel cadeau le site Otago ?**  
 "C'est un site professionnel, donc on vise la clientèle BtoB. On ne vise pas le grand public, mais on vise le grand public professionnel. On vise les entreprises. On vise les entreprises, mais on vise les entreprises de tous les secteurs : de l'industrie, de la santé, de la finance, de la technologie... On vise les entreprises de tous les secteurs, mais on vise les entreprises de tous les secteurs, mais on vise les entreprises de tous les secteurs..."

**"Depuis six ans, les coffrets cadeaux ont explosé et ont dépassé les ventes habituelles"**

leur leur marché, même si on ne voit pas encore leur plus gros client à leur meilleur collaborateur.

**Comment le marché a-t-il réagi à la crise ?**  
 "Nous pensons que ce sera une catastrophe. En fait, on a vu que le marché a réagi à la crise, mais on a vu que le marché a réagi à la crise, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

plus de soutien) implique donc plus de budget, ce qui est un défi pour les entreprises. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

### Seuils personnalisés en cadeau fait maison de la famille de produits commercial

le personnel en interne, c'est un peu de plus. Le risque est de tomber dans l'écueil du personnel, ce qui est un défi pour les entreprises. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

### Les entreprises ont développé des outils de CRM extrêmement puissants, qui leur permettent de faire du "one to one" dans leur politique de cadeaux d'affaires

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

le personnel, ce n'est pas de plus. Le plus important est de jamais marcher par étapes", remarque Agnès Basso, directrice commerciale du groupe Otago.

### Une véritable réflexion préalable s'impose

"Pour beaucoup d'entreprises, le cadeau est multifonctionnel : un outil de communication, et c'est pas réglé"

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."



"Quand on parle, le cadeau d'affaires est devenu un outil de gestion. C'est une affaire qualitative, pas quantitative", estime Agnès Basso, de Promocadeaux.

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

**Qu'en pensez-vous de la crise des cadeaux d'affaires ?**  
 "C'est une catastrophe. En fait, on a vu que le marché a réagi à la crise, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

**"Le personnel peut aussi passer par le service rendu avec le cadeau. Une livraison individuelle, un cadeau d'accompagnement, le souci de faire quelque chose d'unique sont importants"**

**Un cadeau plus personnel ?**  
 "Le cadeau est devenu un outil de gestion. C'est une affaire qualitative, pas quantitative", estime Agnès Basso, de Promocadeaux.

**"Personnellement, c'est assez complexe, avec un cadeau personnalisé, je crée le lien entre le client et le service rendu avec le cadeau"**

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

elles ont développé leur activité en interne. L'entreprise a vu un effet positif compte tenu de leur capacité de réagir à la crise. "La crise a entraîné une baisse de budget, mais on a vu que le marché a réagi à la crise..."

## Le Nouvel Economiste

22 Sept 2010



# ÉCOACHATS

## OFFREZ des chèquiers verts



Créé par la société Green Capital, le Chéquier vert vient enrichir l'offre de chèques cadeaux. Offert par les entreprises, les collectivités et les comités d'entreprise à leurs personnels, il donne accès à des produits disposant d'un label officiel : NF environnement, Ecolabel européen, Agriculture biologique, Cosmebio, Fairtrade Max Havelaar, FSC, PEFC...

Toute une gamme de produits et de services, allant du transport, des produits alimentaires, de l'habillement, à l'électroménager, pour lesquels le surcoût écologique est souvent un frein. Mieux, quand Green Capital reçoit une nouvelle demande, elle explore l'offre disponible autour de l'entreprise ou de la collectivité, de manière à favoriser des achats locaux. ● [www.lechequiervert.fr](http://www.lechequiervert.fr)

## ÉCRIVEZ avec une plume labellisée

Même les objets publicitaires passent au vert. Promocadeaux a conçu, avec le cabinet Eeva, avec le cabinet Eeva, un stylo labellisé NF Environnement, fabriqué à 83 % à partir d'Ecoallene, (polyéthylène et aluminium issus de briques Tetra Pak) et d'ABS recyclé. L'Écostylo doit sa labellisation à ses matériaux, mais aussi à sa durée d'usage, avec une longueur d'écriture de 2 000 mètres, et à l'utilisation d'une encre sans solvants et sans métaux lourds. Autre qualité : son emballage, en carton recyclé. Il est fabriqué en Europe. ●

[www.ecostylo.fr](http://www.ecostylo.fr)



## METTEZ de l'énergie dans vos parkings

Une ombrière photovoltaïque modulaire et prête à poser ? C'est le résultat de la collaboration d'Energops, BET3B et Art'Ur. D'une surface de 50 m<sup>2</sup>, un module incliné à 10° s'installe sur quatre socles en béton moulé et prépercé – donc sans fondations – et produit 220Wc. Sun4park s'adresse aussi bien aux collectivités qu'aux entreprises, qui peuvent ainsi optimiser les espaces de stationnement en produisant de l'énergie solaire. ● [www.energops.com](http://www.energops.com)

## LAVEZ sans gaspiller

Réduisez vos consommations d'eau en conservant tout votre confort avec Eco-techniques. L'inventeur du système Duseau pour les robinets en cuisine, primé au concours Lépine en 2007, récidive dans la salle de bains après trois ans de recherche, qui ont permis d'inventer une douchette tri jets à débit constant. Le système Venturi, qui mélange l'eau à l'air par injection, permet d'économiser 50 % d'eau. Une offre sur mesure est destinée aux collectivités après un audit gratuit et engagement sur les résultats. ●

[www.eco-techniques.fr](http://www.eco-techniques.fr)



## GAREZ deux fois plus de vélos

Avec son mécanisme ingénieux, Vel'up permet de superposer deux vélos, doublant ainsi la capacité des parkings de stationnement. Ainsi, 36 m<sup>2</sup> peuvent accueillir entre 48 et 50 bicyclettes. Indépendant, chaque module compte deux logements en partie basse et deux logements en partie haute. Ce dernier comporte un rail haut, avec une encoche qui immobilise la roue arrière. Un contrepoids permet de soulever sans effort le rail pour le placer en hauteur. Le même contrepoids permet la descente en douceur, en toute sécurité. ●



[www.abr-plus.com](http://www.abr-plus.com)

## Après le boulot

### MÂCHEZ un chewing-gum biodégradable

Commercialisé par la société Bioflora, sous le nom de Chicza, ce chewing-gum 100 % naturel est fabriqué au Mexique par une association de 56 coopératives de producteurs de gommes à mâcher. Il est obtenu à partir du chicozapote (ou sapotillier), un arbre fruitier tropical qui sécrète un latex naturel soluble dans l'eau, très élastique et non collant, qui est ensuite chauffé et mélangé à du sucre de canne, du sirop d'agave et des arômes naturels. Sans conservateur, ni colorant, ce chewing-gum a l'avantage d'être biodégradable, puisqu'une fois déshydraté, la gomme se décompose en poudre en quelques semaines. Déjà commercialisé au Japon, en Angleterre et en Allemagne, Chicza vient d'obtenir le label Ecocert et est décliné en trois parfums : menthe sauvage, citron et menthe poivrée. ●

[www.bioflora.fr](http://www.bioflora.fr)



Environnement magazine

Septembre 2010

ECOSTYLO®

PROMOCADEAUX  
1<sup>ER</sup> RESEAU EUROPEEN DU CADEAU D'ENTREPRISE

**LABELISE PAR AFNOR CERTIFICATION**

**ECOSTYLO**  
COMMUNIQUEZ ET RESPECTEZ L'ENVIRONNEMENT !

**Promocadeaux®, 1er distributeur d'objets publicitaires à obtenir le label NF Environnement pour la fabrication de son Ecostylo®.**

*L'innovation en matière d'objets publicitaires éco citoyens proposée en Normandie par les sociétés CRD et MB CONCEPT, regroupées au sein du réseau PROMOCADEAUX.*



Créé en 2001 à l'initiative de distributeurs et importateurs leaders sur le marché de l'objet publicitaire, le réseau Promocadeaux® s'organise autour d'une centrale de référencement et de communication permettant au client d'obtenir une information qualitative sur les cadeaux d'entreprise ainsi que des tarifs négociés.

Au fil des années, Promocadeaux® est devenu l'outil référence pour la recherche de produits nouveaux, au design percutant, tout en garantissant un respect des normes et des conditions de fabrication des produits présentés. Implanté sur toute la France et en Europe (92 agences au total), avec une stratégie de recherche de produits internationale, Promocadeaux® s'efforce tout au long de l'année de vous trouver les meilleurs objets et cadeaux d'entreprise.

La Normandie est représentée dans le

réseau Promocadeaux® par CRD et MB CONCEPT, deux acteurs majeurs dans le secteur de l'objet et du textile promotionnel qui ont choisis d'unir leurs forces dans un regroupement de moyens. La structure née de celui-ci devient ainsi plus compétitive et incontournable pour les fabricants souhaitant distribuer leurs produits sur le territoire Normand.

Depuis 1982 l'entreprise CRD s'est démarquée en proposant entre autre, des cadeaux haut de gamme avec les marques Guy DEGRENNE, VUARNET, WATERMAN, etc... mais aussi par la vente de produits sous licence pour l'Armada ou plus récemment la fabrication de produits dérivés au logo Normandie Impressionniste.

La société MB CONCEPT, quant à elle, s'est spécialisée depuis 1993 dans les opérations d'importation et de fabrications spéciales sans oublier de confor-

ter des partenariats avec des fabricants comme BIC, 3M ou SOLO.

L'année 2010 sera marquée par le lancement de notre site de E-Commerce PROMOCADEAUX® Express qui comprendra + de 500 produits. Ce nouvel outil qui alliera facilité de choix et rapidité de livraison va répondre aux nombreuses demandes de commandes en ligne. Pour les plus indécis l'équipe commerciale continuera d'utiliser le show-room en organisant des rendez vous dans nos locaux ou d'une manière plus traditionnelle se déplacera chez nos clients pour leur présenter les échantillons des articles qui auront été préalablement sélectionnés.

**N°1 du cadeau**  
**27 000 références**  
[www.promocadeaux.com](http://www.promocadeaux.com)

**EXCLUSIF TOUS LES CADEAUX EN VIDÉO**

sur [www.promo-cadeaux.com](http://www.promo-cadeaux.com)

**CATALOGUE**

**CATALOGUE 2010**  
SUR SIMPLE DEMANDE TELEPHONIQUE  
02 35 70 10 37  
02 35 78 76 68



« Depuis 2003 avec la création de la marque Promogreen®, nous avons engagé une démarche de conseil autour des cadeaux publicitaires porteurs de valeurs écologiques. Il nous a donc semblé naturel de nous diriger vers l'éco-conception en créant notre propre stylo ayant un impact limité sur l'environnement. La certification NF Environnement vient récompenser un travail de longue haleine et valorise un objet publicitaire qui se veut performant et durable. » Mickael Esnault, Directeur Général de Promocadeaux®.

Promocadeaux® Normandie - Siège & Show-room - 2 rue Boucher de Perthes - 76410 Tourville-La-Rivière



## Bulletin Economique CCI Rouen

### Communiqué MB Concept

Septembre 2010