

Par Kevin Hoffschir

Temps de lecture : 3'00''

Il est petit et pourtant incontournable. Souvent pratique, parfois inutile, il s'accumule sur les bureaux au gré des salons et des rendez-vous. Ce petit poucet de la communication, c'est le goodies, ou produit dérivé. [Wilo](#) vous propose aujourd'hui quelques astuces pour trouver l'objet qui vous correspond.

Avouons-le, le goodies n'a jamais été le support préféré des communicants. Considéré comme accessoire, le produit dérivé est perçu comme une formalité dans la stratégie de communication. Pour une raison simple : jusqu'à récemment, le choix était relativement limité et composé d'objets d'une qualité très moyenne, choisis pour leur rentabilité sur de très gros volume.

Sur de plus petites structures, il est possible de choisir des goodies de meilleure qualité, sans casser sa tirelire. Toute la plus-value va être dans le choix, le nombre et comment l'objet s'inscrit dans une démarche plus générale de l'entreprise. Car oui, un produit dérivé peut faire plus que juste afficher votre marque. Selon sa nature, il peut devenir un accessoire de vos engagements ou promesses.

Si vous êtes « verts », optez pour de l'écoresponsable, si vous êtes « proximité », optez pour une production locale, si vous êtes « éthiques », mettez en avant l'origine contrôlée de l'objet, si vous êtes « tech », misez sur un gadget numérique, etc.

Ces objets viennent rendre un peu plus palpable vos engagements au quotidien. Mais attention au green washing ! On ne s'improvise pas entreprise responsable avec trois stylos en bambou.

L'ÉCORESPONSABLE AU QUOTIDIEN

Le goodies est un accessoire incontournable dans la création d'une entreprise ou dans le cadre d'un rebranding de la marque. Dans ce contexte, l'originalité n'est pas vraiment l'objectif premier : difficile de demander à un collaborateur ou à un client d'écrire avec une bougie aux huiles essentielles. On s'oriente donc vers un ensemble d'objets pratiques du quotidien : stylos, blocs notes, agenda, clés USB, mugs et autres classiques du bureau.

Rien de bien original ? Tout dépend de la démarche. Si vous avez la fibre écologique par exemple, imaginez un ensemble d'objets de bureaux fabriqués en matériaux écoresponsables (bois, plastique recyclé...) et mettez-le à disposition en l'accompagnant d'une notice explicative : caractères écologiques de l'objet, rappel de la démarche environnementale de l'entreprise.

Au-delà de l'objectif publicitaire, ces goodies ont aussi l'avantage de limiter de facto leur renouvellement dans le temps : un goodies durable est fait pour durer non ?

Pour débiter vos recherches, l'agence [Besight](#) propose une gamme de goodies écologiques très variée, dont des fournitures de bureaux écoresponsables ou encore des sacs, des flyers et même des crayons ensemencés (plantez le, arrosez le et vous obtenez une petite plante vivace).

L'ORIGINE : PRATIQUE ET AUTHENTIQUE

L'origine du goodies permet aussi de lui donner du sens dans votre entreprise. Les goodies « responsables », dont l'origine et la fabrication respectent certains standards éthiques, montrent l'intérêt que vous portez pour des causes humaines.

Mais, encore une fois, attention ! Le goodies n'est pas une politique RSE en soi : le choix d'un goodies éthique doit s'inscrire dans une démarche RSE plus large et propre à votre entreprise.

Toujours sur l'origine, il est possible de trouver des goodies made in France de très bonne facture. Avec la promesse d'un accompagnement de proximité, le choix d'un goodies français est parfaitement adapté. Encore mieux, vous pouvez proposer un goodies produit sur un territoire que couvre votre activité. Et un goodies produit par un de vos clients ? Vous avez atteint le graal de la proximité.

Un dernier conseil : la qualité a un prix. Si l'offre est aujourd'hui vaste, il n'empêche que le goodies de qualité se paye plus cher que l'éternel stylo plastique. Pour éviter de se ruiner, calculez le juste volume, adapté à votre entreprise. Préférez proposer quelques goodies de bonne facture, avec un sens et une histoire, que des stocks entiers de goodies bas de gamme que votre interlocuteur ne gardera probablement pas.