

L'écriture évolue-t-elle dans les entreprises ?



▲ Un produit relooké pour encore plus d'efficacité : c'est ainsi que se présente Exact Liner de Bic. Tête spécialement conçue pour corriger sur des parties étroites. Format et taille ergonomiques. Grip antidérapant. Optimisation de la tension du ruban. Niveau de ruban visible (5 mm x 6 m).



▲ Parmi les particularités d'Uni Ball, le stylo rechargeable « encre gel nouvelle génération » Jetstream RT : « avec une encre révolutionnaire, tous les avantages du roller, du stylo encre gel traditionnel et du stylo bille réunis dans un même produit ». Ecriture ultra-fluide et douce, séchage instantané. Grip anti-glisse, agrafe métal.



◀ Une nouveauté 2007 de Staedtler, les crayons de couleur triplus slim Noris Club, qui possèdent deux avantages majeurs : faire partie de la gamme des produits triangulaires permettant de tenir son crayon sans fatigue et dessiner plus longtemps ; disposer d'une mine très solide, une gaine blanche d'intercale entre la mine et le bois du crayon, ce qui renforce la résistance.



◀ Le stylo bille Superb GM (BK401) de Pentel, au taux de 92% de matériaux recyclés, rechargeable et sans PVC.



► Greenball : roller rechargeable, avec pointe conique et encre liquide, nouveauté Pilot sous le label BegreeN lancée l'année dernière dans le cadre du développement durable.



▲ Les Roller Gel Grip de Faber Castel.

Ecrire était naguère indispensable en permanence dans les entreprises pour tout type de travail. Aujourd'hui, la bureautique, l'informatique et tout ce qui tourne autour est un autre système de travail d'entreprise. Quel en a été le résultat pour les produits d'écriture ? Ecrivait-on vraiment beaucoup moins comme certains en ont la conviction, et si l'on écrit moins, a-t-on vraiment moins besoin des matériels d'écriture ? La question a été posée aux fabricants d'instruments d'écriture, et la réponse certaine pour tous est que l'écriture reste fondamentale au sein des entreprises... D'où l'arrivée régulière de nombreuses nouveautés dans différents domaines.

L'évolution de l'informatique, de la bureautique et des autres systèmes de communication diminue-t-elle les besoins d'écriture ? La réponse de Camille Pinçon (en charge du marketing Ecriture de Bic France) résume une conviction générale : « Ce marché de l'écriture, qui existe depuis de très nombreuses années, est un marché mature, dont la tendance n'est pas au déclin, car on a toujours besoin de prendre des notes et d'écrire au quotidien. »

A noter que l'écriture, même sur le plan professionnel, ne se limite pas au bureau, comme l'explique Véronique Prieux (responsable services marketing de Pilot) : « Aujourd'hui, on n'écrit pas moins mais différemment. Entre le bureau, la voiture, le garage, les fonds de tiroirs, etc., nous sommes tous détenteurs de stylos... »

Une étude réalisée sur le marché des instruments d'écriture et de correction signale une légère baisse en volume (-0,2 %) et en valeur (-1,7 %) entre 2005 et 2006. Emilie Le Goff (responsable marketing et communication d'Edding France), qui cite cette étude, précise que « pour autant, le circuit traditionnel (fournituristes, Vépécistes...) se démarque nettement de cette tendance avec une évolution à la hausse en volume (+ 2,7 %) et en valeur (+ 6,4 %) », dans la même période. « Ce qui nous amène à dire que les instruments d'écriture et de correction tiennent toujours une place importante dans les entreprises, et ce malgré le développement de l'informatique. On remarque également que les nouveautés produits se vendent bien et dynamisent le marché. »

« Ecrire semble toujours indispensable dans les bureaux », confirme Catherine Cantaud (responsable des relations presse d'Assoun Distribution, écriture Uni-Ball). « Les pots sont toujours remplis, et nous avons tous un stylo et une feuille de papier devant notre ordinateur : pour réfléchir, prendre des notes rapides, nous préparer à une réunion... »

Les réunions sont pour tous considérées comme des moments privilégiés pour l'écriture et les stylos, « à condition qu'ils écrivent vite, bien et longtemps », précise Catherine Cantaud.

« Malgré l'utilisation de l'ordinateur, on a besoin de stylos bille, de porte-mines, etc. Les quantités se recentrent sur certains types de produits », ajoute Eric Mérand (directeur de Faber Castel). « Et si on écrit moins, on tourne vers des produits plus qualitatifs », complète Yves Muller (directeur marketing de Staedtler).

« Nous vivons aujourd'hui un paradoxe : on écrit moins en grande partie à cause de l'informatique, et les offres n'ont jamais été aussi

large », ajoute de son côté Laurence Marcadet (chef produits, Pentel). « Les consommateurs écrivent différemment, et l'on distingue deux catégories de consommateurs... »

« D'une part celui qui aime écrire et se fait alors plaisir en achetant un produit de valeur, qui lui correspond tout à fait, que ce soit au niveau du look du produit ou au niveau de la sensation qu'il ressent à écrire avec ce stylo. C'est pour ce type d'utilisateurs que les fabricants redoublent d'efforts en créant des stylos toujours plus innovants, que ce soit au niveau des matières (grip caoutchouc), des couleurs, des formes, de l'ergonomie ou des encres. Un stylo doit être pratique (rétractable), facile à utiliser, beau et bien écrire (séchage rapide, glisse...) »

« D'autre part, celui qui se tournera vers les stylos premiers prix, sans marque ou MDD (marques distributeurs). Il recherche principalement un prix bas, au détriment parfois de la qualité et de la durabilité des stylos. Et finalement, il n'aura fait ni économie, ni geste envers l'environnement... »

Autre type d'analyse, celle de Marie-Pierre Mesgouez (directrice marketing de Stabilo) : « On garde la culture du crayon et de l'écriture, notamment parce que l'ordinateur n'est pas extrêmement convivial. On cherche aujourd'hui l'outil avec le plaisir d'écrire, l'esthétique et le design deviennent plus importants, en particulier pour les femmes... »

Si la demande de l'écriture demeure donc globalement une certitude, les fabricants reconnus font de plus en plus face à une concurrence multiple, notamment via des matériels moins chers mais d'une qualité moindre. D'où la nécessité pour les entreprises utilisatrices de bien comprendre le rapport entre un coût et une qualité de produit.

C'est dans ce principe que les fabricants spécialistes mettent en avant les produits plus innovants, un marché tiré vers le haut, afin de renforcer la satisfaction des utilisateurs tout en assurant le bénéfice des fabricants et distributeurs.

Les acheteurs ont-ils bien leurs informations ?

Encore faut-il que les utilisateurs connaissent les évolutions des systèmes d'écriture qu'ils sont susceptibles d'utiliser. Lors de tables rondes effectuées à Info Buro Mag sur le thème de l'écriture il y a deux ou trois ans, il avait été expliqué à plusieurs reprises

Après 1 quinquennat parfois à l'étroit ?





100% Satisfait

fellowes.fr

Votez pour Fellowes !

Fiabilité • Efficacité • Design

Mars, Cosmic, Saturn, Jupiter, Venus, Starlet, Star, Pulsar, Quasar...

Adoptez les nouvelles machines à relier et à plastifier pour un univers qui change !

Fellowes

Une longueur d'avance

qu'il peut exister entre les fabricants de matériels d'écriture et les utilisateurs d'entreprise un problème : entre eux passent (et limitent le développement des informations) d'une part les fournisseurs, qui n'ont pas toujours la possibilité de donner tous les éléments d'information par exemple dans leurs catalogues, d'autre part les responsables d'achats d'entreprises qui ne sont pas les utilisateurs finaux et pour qui l'important est avant tout de limiter les dépenses, ce qui les conduit à moins réfléchir aux qualités qu'aux coûts.

Peut-on malgré tout faire en sorte que les utilisateurs finaux aient la connaissance – et la possibilité d'utilisation – des produits en développement ? « Le débat concernant « la qualité » de nos intermédiaires (revendeurs fournitureurs, hyper stores...) est toujours d'actualité », déplorent les intervenants. Mais si « les qualités intrinsèques du produit ne sont pas toujours mises en avant », si « la place dans les catalogues reste toujours un problème », si « on ne peut pas essayer le produit », ces obstacles ne sont pas seuls en cours face aux solutions...

« Les choses ont évolué grâce aux sites Internet, assure Catherine Cantaud (Assoun Distribution), aux salons, et à notre communication qui se veut plus claire, avec le soucis de répondre à l'attente des consommateurs : utilisation de pictogrammes, etc. ». Même principe chez Pentel : « Rencontrer les utilisateurs en direct lors des salons nationaux (Proseg) ou lors des conventions et journées portes ouvertes organisées par nos distributeurs... Rien ne vaut le contact, l'essai des produits et un discours en direct entre le fabricant et l'utilisateur... »

C'est pour cela que l'une des solutions les plus efficaces et les plus appliquées par les fabricants est aujourd'hui une association entre fabricants et distributeurs pour une démarche commune auprès des acheteurs, notamment sous forme de journées portes ouvertes.

« Sans prendre acte de vente de la part des fabricants », précisent-ils immédiatement. Leur intervention face aux acheteurs se fait aux côtés de leurs vendeurs : « Les distributeurs sont ainsi aidés avec nos arguments et nos informations », résume Yves Muller (Staedtler).

« Travailler en partenariat avec nos distributeurs permet de monter des promotions ciblées et de mieux comprendre les besoins de leurs clients », explique de son côté Emmanuel Bruno, le nouveau directeur de Bic France.

« C'est un moment privilégié où nous découvrons les besoins réels des utilisateurs dans divers secteurs d'activité », apprécie Emilie Le Goff (Edding).

Ces informations données ainsi en direct consistent entre autres à expliquer aux acheteurs que les produits plus chers que les produits courants durent mieux et plus longtemps, et que ce meilleur rapport qualité prix revient à un moindre coût au final. « Cela permet aux acheteurs d'avoir une vision plus correcte », assure-t-on chez Bic.

Quant aux distributeurs, précise-t-on chez Pentel : « En les sensibilisant en direct, ils penseront plus facilement à faire le relais auprès de leur clientèle et seront également plus confiants sur le produit qu'ils vendent car le maîtriseront mieux ».

Le fait de pouvoir rencontrer en direct les sociétés utilisatrices permet de mettre en avant l'échantillonnage et le test des produits, un principe fondamental pour tous. « Le meilleur levier pour faire découvrir les nouveautés reste l'échantillonnage, confirme Véronique Prieux (Pilot). L'échantillonnage permet de véhiculer notre engagement, l'écriture la plus confortable et l'instrument le plus facile à utiliser. »

« Le métier d'acheteur se rationalise », conclut Emilie Le Goff (Edding). « Si, à court terme, le prix est une solution envisageable, à long terme en revanche, les acheteurs prennent peu à peu conscience qu'un outil de qualité, certes un peu plus cher à l'achat, aura une durée de vie beaucoup plus longue et donc plus économique qu'un outil premier prix ». Avec un exemple très concret : « 4 surligneurs bas de gammes sont l'équivalent d'un surligneur de marque ».

Ergonomie et Développement Durable

Le principe de l'ergonomie et du Développement Durable sont régulièrement mis en avant, pratiquement tous les secteurs d'intervention en entreprise : mobilier, bureautique, services, etc. Dans le monde de l'écriture, ce n'est pas une nouveauté...

L'ergonomie est intégrée dans les matériels d'écriture de façon à faciliter leur utilisation au maximum. « L'ergonomie représente des produits plus faciles à manipuler, des produits qui ne sèchent pas... » explique notamment Yves Muller (Staedtler). « Ces démarches globales permettent aux systèmes d'écriture de durer plus longtemps, et donc d'assurer une économie d'usage. » « Il est important d'insister sur la philosophie de ces produits légers, utilisant le moins de matière possible et qui durent plus longtemps », ajoute le directeur de Bic France.

« Cela donne des utilisations plus faciles, complète Marie-Pierre Mesgouez (Stabilo). Quand on passe 7 heures ou même plus au travail, on a de plus en plus besoin de ces produits légers... ».

Quant au principe du Développement Durable, c'est une démarche renforcée pour les entreprises fabricantes, qu'elles fabriquent en Chine, au Brésil, en Europe ou ailleurs. Un exemple concret, celui de Faber Castel : « Depuis les années 80, sont fabriqués des crayons de bois au Brésil, avec une forêt qui a le label FSC reconnu internationalement. Cela ne représente encore que 10 % des crayons, mais c'est important... ».

Autre exemple, celui d'Assoun Distribution : « Une grande partie de notre gamme d'écriture est Green-Net depuis 1992, avec des matériaux recyclés, des produits étudiés pour durer des stylos rechargeables. » Ou encore celui de Pentel : « Nous sommes très sensibles à ce sujet et travaillons ardemment sur des gammes de produits « vertes ». »

Pilot reste leader en ce domaine : « Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à mettre en place des politiques et chartes environnementales et développement de produits respectueux de l'environnement. Il s'agit d'un nouveau besoin de consommation, nouvelles habitudes. Pour coller à cette attente, nous proposons la gamme BegreeN (stylos fabriqués à partir de plastique recyclé). »

« Le Développement Durable, c'est un sujet dont on parlait peu dans notre domaine d'activité jusqu'à présent. Mais on sent aujourd'hui qu'il y a de plus en plus de demande de la part des utilisateurs », analyse de son côté Marie-Pierre Mesgouez (Stabilo). En fin d'année, ce groupe devrait appliquer à son tour le label FSC. « La demande de produits respectueux de l'environnement est un critère de plus en plus fréquent dans les appels d'offres », confirme Emilie Le



▲ *Stabilo prolonge la « success story » des surligneurs en format mini Boss Mini, en lançant deux nouvelles Editions Limitées : Boss Mini pingui, mettant en scène « Mister Pingui » dans 5 univers différents, et Boss Mini monster.*

Deux récompenses

La société Assoun Distribution vient d'être deux fois récompensée :

- Majuscule lui a remis le Maju d'Or 2007, trophée qui distingue le meilleur fournisseur concernant la qualité logistique, le dynamisme marketing et commercial, ainsi que la qualité des produits ;
- Lyreco France de son côté l'a récompensée en tant que distributeur exclusif des produits Uni-Mitsubishi Pencil.

Goff (Edding), en citant « des produits sans toluène, ni xylène, des encres à faible odeur sans éther de glycol, sans acétate de butyle... non toxiques pour la santé ».

D'une manière générale, les caractéristiques environnementales passent par diverses catégories :

- la « rechargeabilité », qui jette moins de déchets ;
- la qualité et la durabilité qui limitent les produits toxiques et les déchets nocifs ;
- la qualité des encres et des composants chimiques utilisés ;
- l'utilisation de matériaux recyclés...

Les distributeurs peuvent eux aussi s'impliquer dans ce domaine, avec des catalogues particuliers concernant la protection de l'environnement.

Les nouveautés Uni-Ball

Assoun Distribution est certifiée Iso 9001 version 2000. Voici ses nouveautés...

Le Stylo Signo b.i.t Uni Ball a en caractéristique sa technologie de pointe : douceur absolue et précision du trait. Il se choisit en trois types de tailles d'écriture : pointe aiguille métal 0,18 (« la plus fine au monde »), 0,38 (ultrafine) et 0,7 (pointe moyenne). Le séchage est immédiat, l'encre à pigmentation résiste à l'eau et à la lumière. Durée de vie : plus de 5 ans « avec 50 % d'écriture en plus grâce au système exclusif de la double bille. »

Les pointes aiguilles 0,18 et 0,38 sont considérées comme « idéales

pour écrire entre les lignes de tout document (ex : tableau excel, documents comptables, etc.) en bleu, rouge, noir. Quant à la pointe 0,7 mm, elle est « parfaitement adaptée à la prise de note, car l'écriture est inclinable ». 8 coloris d'encre.

Le porte-mine Shalaku M5-100 (0,5 mm), rechargeable, est destiné à un usage multiple. « L'écriture est non stop en cas de rupture de la mine, car les mines sont renforcées lors de la fabrication (20 % plus solides que les mines traditionnelles). » Longue durée d'écriture, donc économie ; meilleure prise en main grâce au grip confort ; canon rentrant sécurisant la mine ; corps transparent ; cinq coloris. En vente par boîte de 10 et sur un présentoir de 50 pièces.



▲ Signo b.i.t d'Uni Ball : un stylo rechargeable.



▲ Porte-mines Shalaku M5-100 d'Uni Ball : densité extrême, tracé net, souple et contrasté (noir profond), écriture très douce...

Vous vous êtes peut-être sentis froissés?



100% Efficacité

fellowes.fr

Votez pour des plastifications sans un pli !

Des engagements révolutionnaires :

Les nouvelles plastifieuses Fellowes sont dotées d'un système anti-bourrages amélioré, de la technologie exclusive Heatguard™ et du système d'ouverture Easi Access.

Fellowes

Une longueur d'avance

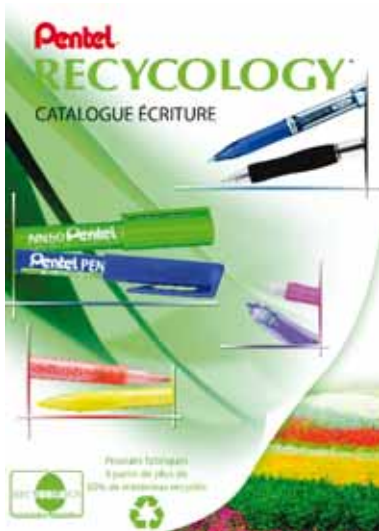
La gamme Recycology de Pentel

Après le lancement de la gamme de classement Recycology en janvier dernier, Pentel a sorti en mai sa gamme de stylos Recycology. « Synergie entre les 2 gammes, à savoir une communication globale commune. » Dans la gamme de stylos Recycology, toutes les familles d'écriture sont représentées : les rollers Energel ; les stylos bille ; les feutres ; les surligneurs ; les marqueurs ; les porte-mines et mines ; les correcteurs ; les gommes ; la colle... La gamme se compose au total de 21 produits pour la 1^{ère} phase de lancement et connaîtra des extensions dans les mois à venir. Les caractéristiques «écologiques» de cette gamme sont multiples et reposent sur différents critères :

- l'utilisation de matériaux recyclés. Le pourcentage de matériaux recyclés va de 50 % à 100 % en fonction des produits ;
- le bannissement du PVC toxique à la combustion ;
- la suppression progressive du xylène et du toluène dans les marqueurs ;

- le bannissement du trichloroéthane 1.1.1 dans les correcteurs liquides ;
- la rechargeabilité des stylos : « on jette moins de déchet » ;
- la durabilité des produits : « des produits de qualité et rechargeables durent plus longtemps ».

Sur le plan marketing, les



▲ Dans la gamme Recycology de Pentel, toutes les familles d'écriture sont représentées.



► Ruban correcteur ZT304 au taux de 89% de matériaux recyclés, rechargeable et sans PVC.

◀ Marqueur pour CD (NMS51) au taux de 89% de matériaux recyclés, sans PVC, sans xylène ni toluène.



◀ Surligneur Eline2 (SLW10) au taux de 88 % de matériaux recyclés, sans PVC.



► Etui de mines Hi-Polymer (C505HB) au taux record de 100% de matériaux recyclés, sans PVC.



stylos et boîtages seront estampillés du logo Recycology et différents outils marketing verront le jour prochainement (catalogue spécifique, PLV, gamme de blisters, kakemono...).

Lyra : les crayons toujours utilisés

La société Lyra est un fabricant de crayons.

« On utilise aujourd'hui tout autant les crayons qu'autrefois, assure Arnaud Boussier, directeur de Lyra France. Ceux-ci sont appréciés pour leur aspect design authentique.

De plus, la qualité écologique de l'utilisation de matières premières comme le bois est de plus en plus appréciée. Par ailleurs, le crayon est facilement effaçable, ce qui constitue une caractéristique également essentielle de sa réussite. »

Lyra propose actuellement des crayons de différents formats (différents diamètres du fin au gros modules ; différentes formes : hexagonal, ergonomique triangulaire...) et dans une large gamme de graduation. « Toutefois la graduation HB reste la plus appréciée par les utilisateurs, car elle constitue un bon compromis entre dureté de la mine et écriture grasse ».



▲ Trois exemples des crayons Lyra...

Les nouveautés 2007 de Staedtler

La gamme de triangulaires triplus se partage en trois outils : triplus mobile office, triplus fineline (nouvelle présentation pour les enfants) et triplus color (12 feutres de coloriage présentés dans un tube triangulaire solide, et qui se transforme en pot que l'on pose sur le bureau).



◀ Triplus mobile office est « un outil incontournable de toutes personnes itinérantes, comme les commerciaux, les étudiants... et de tous ceux qui assistent à des réunions », assure-t-on chez Staedtler.

3 feuilles triplus fineliner (noir, bleu, rouge) ; un stylo bille triplus bleu ; un porte-mines triplus micro 0,5 mm ; un surligneur triplus textsurfer jaune. Une calculatrice est sur la face recto de l'étui.

Deux exemples pour la gamme Elance : Elance facettes, « stylo-bille ultra-chic avec son décor facettes mates et brillantes » ; et Elance spring color, un stylo à bille avec de nouvelles couleurs tendances ; la pointe et l'ensemble poussoir-clip sont nacrés. Tous deux sont disponibles en présentoir de 30 pièces et rechargeables.



▲ *Elance facettes* : sa pointe et son ensemble poussoir-clip en métal chromé confèrent une allure très raffinée.

La gamme Noris Club offre diverses spécialités, comme le pot métal refermable de crayons de couleur (« très pratique à poser sur le bureau ») ; la craie à la cire, un stick dont on fait sortir la craie en faisant tourner le corps (comme un bâton de colle), système dont l'avantage est de protéger la mine et de disposer d'une craie plus grande qu'en standard, d'où une plus grande autonomie ; ou encore la craie à l'huile destinée aux initiés, « ses qualités étant exploitables par les adeptes des beaux arts » ; et le feutre à double pointe, équipé d'une pointe 1 mm d'une extrémité et de 3 mm de l'autre : outil considéré comme idéal pour le dessin. S'y ajoutent la pâte à modeler, la pastille de couleur, et deux paires de ciseaux.

Les nouveautés Bic 2007

Depuis 1950, ont été vendus 100 milliards de stylos billes Bic dans le monde, et en France, un stylo bille vendu sur deux est un Bic



▲ Parmi les produits à valeur ajoutée, Delete a une forme ergonomique « pour un vrai confort d'utilisation », avec grip caoutchouc pour prise en main confortable, corps translucide orange ou bleu, niveau de ruban visible, vis de réglage pour retendre la bande si nécessaire. Sa longueur de ruban : 5 mm x 8,5 mm.

Cristal... Ce succès n'empêche pas Bic de renforcer régulièrement ses nouveautés, dont voici quelques exemples pour l'année 2007.



▲ Disponible depuis mai 2007, Easy Clic est un roller à cartouche, rechargeable, avec système de chargement de la cartouche latérale unique ; grip caoutchouc ; corps chromé. Il existe aussi en stylo plume.



▲ Bic Re Action est un stylo bille rétractable et rechargeable, avec pointe moyenne montée sur amortisseurs ; corps entièrement gainé, souplesse et confort unique ; 3 couleurs d'encre. Il existe aussi en gel.

Les nouveautés de Stabilo

Stabilo annonce « révolutionner le marché des instruments d'écriture en créant des produits fun et colorés qui font les tendances ». Les stylos ne se limitent plus au principe d'être seulement pratiques : « Ils ont également pour mission de conquérir le cœur des consommateurs ».

Orange à rayure, dans la lignée du point 88, Stabilo PointVisco fait son entrée avec une encre gel à faible viscosité, « permettant une glisse parfaite et un débit d'encre régulier. » Son atout : « son encre sèche plus vite que toutes les autres encres gel et les écritures saccadées ne sont plus que des mauvais souvenirs »...



► *Stabilo PointVisco* : « Une encre révolutionnaire pour donner une nouvelle dimension à l'écriture ».



N'est-il pas temps de changer de style ?



100% Design

fellowes.fr

Votez pour la différence !

Des engagements militants :

Avec ses lignes épurées, les nouvelles machines à relier Fellowes associent simplicité, confort d'utilisation et productivité pour des présentations qui font la différence

Fellowes

Une longueur d'avance

Autre nouveauté, la gamme complète de surligneurs, bille et rollers Stabilo Pacific, « en Edition Limitée, dans l'esprit des tatouages Maori ».



▲► *Stabilo Pacific* : « Un thème unique, une ligne complète de produits d'écriture, une collection indispensable à avoir dans sa trousse ».

C'est en 2004 qu'est arrivé 's move easy. Ce roller ergonomique voit en cette année 2007 évoluer ses couleurs avec l'arrivée du jaune et orange. Autre nouveauté son corps se customise.

Dans les tendances mini, Stabilo lance les versions mini du point 88 et du Pen 68 : Stabilo point 88 mini et Stabilo Pen 68 mini. Pour dessiner, colorier, ou simplement écrire, avec un emballage transparent en forme de cannette ou en pochette double.

Un nouveau surligneur tendance et design : Stabilo swing click met en avant sa spécificité « rétractable ».



▲ *Stabilo swing click* : un surligneur de poche pour nomades en puissance...

Les nouveautés d'Edding

Spécialisé entre autres dans les marqueurs rechargeables, Edding France, arrivé récemment sur le marché français, mise sur l'avenir des marqueurs rétractables, « un système innovant de marqueurs sans capuchon où la pointe se rétracte à l'aide d'un bouton-poussoir, et la pointe ne sèche pas ». Autre spécialisation : les produits non toxiques.

Parmi les nouveautés de cette année, « notre « Magic Chart » et son marqueur effaçable à sec Edding 660 connaissent un franc succès



▲ *Edding 660* : marqueur pour tableaux blancs effaçable à sec ; encre à faible odeur, effaçable à sec ; encre « Cap off » : la pointe ne sèche pas même 5 jours sans capuchon ; disponible en 4 couleurs et en pochette assortie.

auprès des utilisateurs lors des journées portes ouvertes », assure Emilie Le Goff.

Pilot : autour du label Begreen

Créée en 1918 au Japon, la société Pilot s'est spécialisée dans les instruments d'écriture. Elle a été un précurseur en matière de développement durable, en lançant les premiers stylos écologiques, une gamme complète de stylos recyclés. Des stylos fabriqués à base de plastiques recyclés sous le label Begreen à la norme Iso 14021.

« Depuis plusieurs années, a-t-on expliqué, Pilot produisait des stylos à partir de matières premières plastiques recyclées, vendus sous la marque « Ecomate », pour l'administration japonaise. Notre démarche a consisté à capitaliser sur ce savoir-faire pour créer un concept et une gamme complète d'instruments d'écriture ».

Dans ses nouveautés, Greentecpoint et Greenball entrent sous le label Begreen.



► *Greentecpoint* : roller rechargeable, avec pointe aiguille et encre liquide.



▲ Le 20 mars dernier, lors de la cérémonie annuelle fournisseur du Trophée Lyréco, Pilot a remporté le 1^{er} prix « Trophée Marketing » pour l'année 2006. Une récompense pour les performances marketing de Pilot en France. Lyréco Group a élu Pilot en tant que 3^{ème} meilleur fournisseur international.



▲ *Magic chart* : feuille de papier à effet électrostatique, qui adhère sur toutes surfaces lisses (vitres, portes, cloisons...) sans colle ; rouleau de 25 feuilles prédécoupées 60*80 cm (quadrillé ou blanc) ; papier indéchirable, entièrement recyclable ; emballage astucieux ; convient avec des marqueurs effaçables à sec Edding 660.