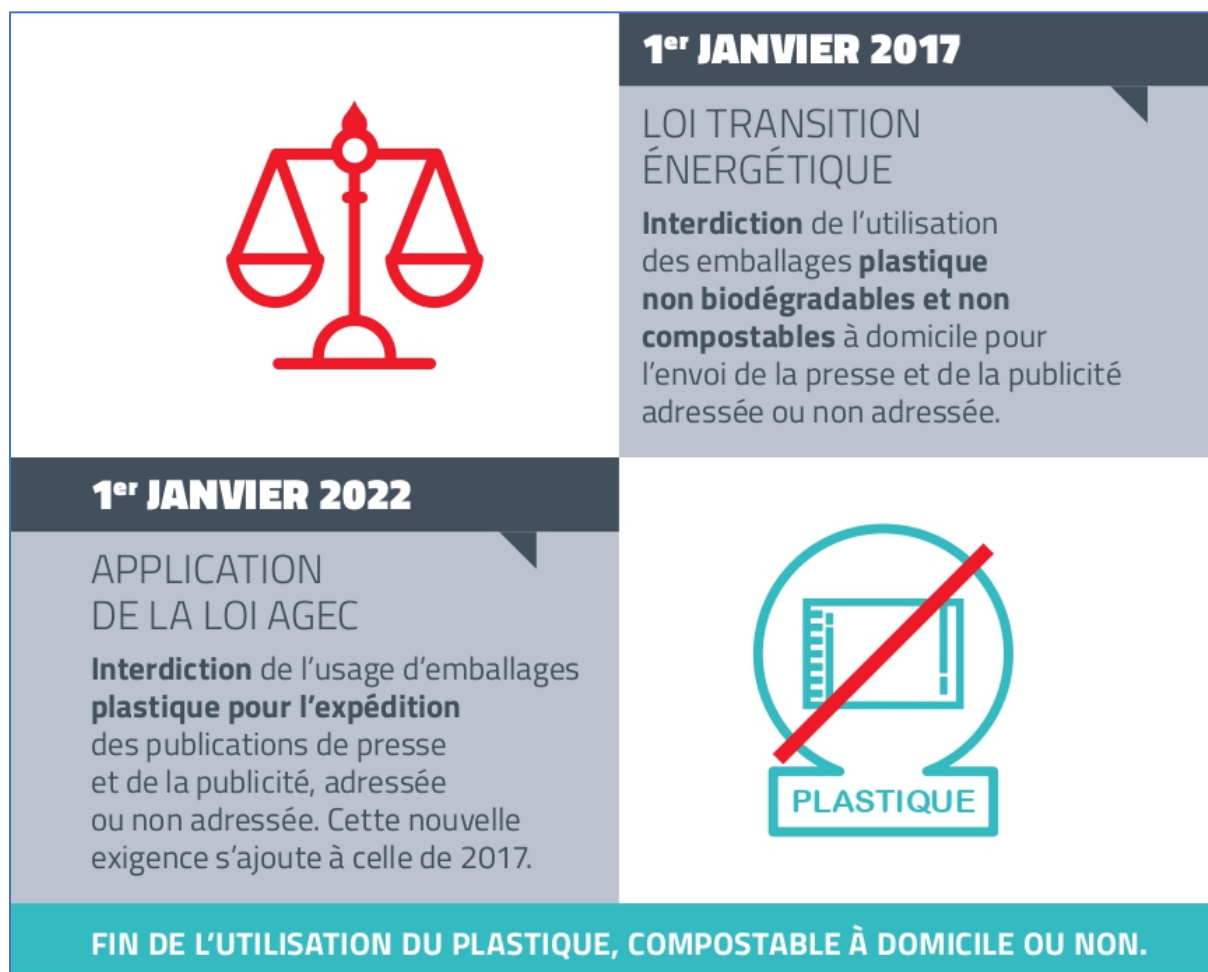


Presse, Marketing : La DMA France vous livre dans une infographie des solutions qui se substituent avantageusement aux films plastiques

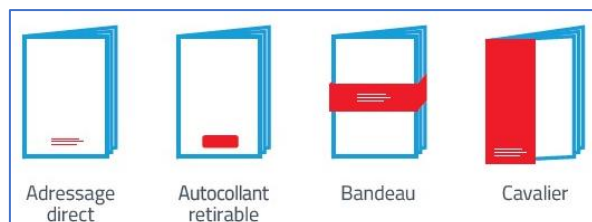
Des éditions et un marketing plus respectueux de l'environnement, voici tout l'enjeu du défi qu'il nous a été demandé de relever depuis maintenant 5 ans. Nous aurions pu choisir de nous effacer au profit d'autres médias. Mais nous avons préféré chercher, coopérer, et prouver que les éditions papier et leurs modes de diffusion peuvent parfaitement s'intégrer dans un mix média écoresponsable. Mieux encore, qu'ils sont vecteur de nouvelles opportunités et de valeur ajoutée.

Un cadre juridique qui élimine les films plastique au 1^{er} janvier 2022



La DMA France travaille depuis 2017 sur des solutions de routage alternatives et/ou de remplacement du film plastique. Si des options, comme l'envoi à découvert, peuvent fonctionner pour certains types d'envois, de nombreux produits nécessitent la mise en œuvre d'autres solutions, performantes en termes de recyclage, mais répondant aussi aux exigences du marketing direct et de la presse tout en épousant la stratégie des annonceurs (insertion d'encarts, multi-titres, attente des consommateurs d'un produit emballé...).

Et des solutions alternatives



Des propositions innovantes

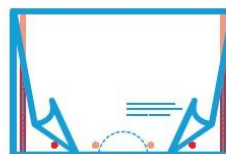
LA MISE SOUS PAPIER THERMOCELLANT

FERMETURE PAR ENDUCTION AQUEUSE



LA MISE SOUS PAPIER EN POINT DE COLLE

CONTENANT ENVELOPPANT



Les éditions presse et marketing papier ont toujours une place prépondérante dans la réussite de la relation client. Nouveaux supports et ultra-personnalisation sont autant de nouvelles opportunités qui s'intègrent parfaitement dans une économie circulaire respectueuse de l'environnement.

Forte de plusieurs mois de recherche et développement, d'analyses, de retours d'expériences clients, menés en collaboration entre Éditeurs, Routeurs et Fabricants avec l'appui de CITEO, la DMA France vous propose des solutions respectueuses de l'environnement et conformes aux attentes des éditeurs et des annonceurs.

Ces solutions, leurs spécificités, leurs avantages et leur mise en œuvre sont détaillées plus avant **dans une infographie et un livret édités par la DMA France** à télécharger dès à présent sur notre site : <https://www.dma-france.org/>



À Propos de la DMA - Data & Marketing Association France (DMA France)

La DMA France est l'organisme référent sur les problématiques de la data marketing multicanal au service des professionnels et des institutionnels. La DMA France a pour mission de fédérer, promouvoir et valoriser les acteurs de l'industrie de la Data et du Marketing en France pour favoriser leur développement. Elle est à l'origine de la création du Privacy Protection – Pact, le label des professionnels de la data. Elle s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique.

www.dma-france.org

www.privacyprotection-pact.org

Contact presse

DMA France – Julie Chide - Tél. : 01 55 43 06 13 - Email : jchide@dma-france.org

Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse de la DMA France, contactez info@dma-france.org