



## Communiqué de presse

**Le plastique, ce n'est pas fantastique, alors réagissons ensemble !**

Alors que les événements sportifs et culturels s'enchaînent à une vitesse impressionnante depuis la rentrée, les rendez-vous de masse soulèvent de plus en plus d'interrogations quant à leurs limites au regard du respect de l'environnement. Combien d'organisateur de courses à pied utilisent par exemple des milliers de gobelets en plastique lors de leurs ravitaillements ? Il existe pourtant des solutions qui permettront aux organisateurs de produire des événements responsables. Ainsi, l'agence de communication 360° Eurocom, qui s'est donnée pour objectif depuis 1981 de répondre aux besoins de recherche de visibilité et de notoriété des PME/PMI, grandes entreprises, ministères, associations et fédérations, propose depuis quelques années à ces mêmes acteurs de devenir des prescripteurs de la transition écologique. Comment ? Justement en limitant l'usage du plastique lors des grands rendez-vous organisés par le monde du sport et de l'Entertainment. Car si tout le monde s'accorde à admettre que la pollution plastique constitue aujourd'hui un vrai fléau, force est de constater que peu d'entreprises et d'organisateur d'événements s'attaquent véritablement au problème. Eurocom a pris le problème à bras le corps parce qu'il est temps d'agir !

L'idée est à la fois simple et ambitieuse : Éradiquer le plastique de l'événementiel sportif et Entertainment, dont la collecte et le retraitement plastique coûtent souvent très cher aux collectivités territoriales. Soutenu par MAIF, acteur majeur et militant de la défense de l'environnement dans l'univers du sport, Eurocom a imaginé 3 solutions pour supprimer définitivement l'usage des bouteilles en plastique, limiter la perte d'eau et réduire l'empreinte carbone.

Ces solutions s'appellent la Cup, la Rapid'eau et la Gravit'eau. Deux produits complémentaires, bien qu'utilisables indépendamment l'un de l'autre. Trois innovations « 0 plastique / 0 déchet ».

**La Cup** est un distributeur de boissons géant (2m20 de haut) en forme de gobelet, à destination de tous les types d'événements : séminaires, festivals, tournées, lancements de produits, fêtes



privées, salons, etc... « Cette fontaine contribue à la stratégie de réduction des déchets souhaitée par les organisateurs d'événements, explique Jean-Luc Schneider, le PDG d'Eurocom. Elle est ludique, conviviale et peut-être branchée au réseau d'eau potable. Elle permet bien entendu de distribuer toute sorte de boisson, qu'elle soit réfrigérée ou chaude. Personnalisable, mobile et résistante, elle offre par ailleurs une importante surface de communication pour les marques. Une Cup peut couvrir les besoins de 400 personnes. »



Le deuxième produit, c'est **la Rapid'eau**. « Le ravitaillement zéro plastique ». « Pour moi, c'est « la » solution pour désaltérer un grand nombre de personnes dans un laps de temps très court, sans générer de déchets plastiques, tout en limitant le gaspillage d'eau. Son utilisation est idéale lors de manifestations publiques à grande échelle (festivals, salons, meeting, etc.) ou de courses à pied. » La principale innovation de ce produit est de pouvoir distribuer **25cl d'eau en 1 seconde**. « Cette distribution ultra rapide est très prisée par les organisateurs de courses à pied, quel que soit le format (trail, Ironman, marathon, etc.), puisqu'elle permet aux coureurs

de se désaltérer en mouvement. » Sous format linéaire ou carré, la Rapid'eau se branche à l'eau de ville ou à n'importe quelle autre source. Ses buses de distribution, mises au point par Eurocom et sans cesse améliorées, sont extrêmement précises et limitent la perte d'eau. Tout comme la Cup ou la Gravit'eau, la Rapid'eau permet à l'organisateur de jouir d'une importante surface de communication, personnalisable à souhait.

Troisième produit développé par Gloo Concept by Eurocom, **la Gravit'eau**. Solution autonome, fonctionnant sans électricité ni arrivée d'eau, la Gravit'eau peut être installée dans les endroits les plus reculés et inaccessibles : montagnes, désert, plaines, etc. Son volume est adaptable en fonction des besoins et, comme la Cup et la Rapid'eau, peut être aisément « brandée » aux couleurs d'un ou plusieurs partenaires.



Faut-il le rappeler ? Le plastique est devenu la deuxième source de pollution après les déplacements de foule dans l'événementiel sportif. Une situation d'autant plus incompréhensible que la distribution de bouteilles en plastique lors des manifestations publiques est **dorénavant interdite par la loi**.

*« Les entreprises sont de plus en plus sensibilisées aux questions qui touchent à l'environnement. Conscientes qu'il y a urgence à agir... et c'est une bonne chose, constate Jean-Luc Schneider, le PDG d'Eurocom. Pourtant, le pourcentage d'entreprises qui décident d'agir concrètement pour la planète reste très faible. »*



### **Comment expliquer dès lors cette frilosité généralisée ?**

*« La peur de l'inconnu. Les organisateurs d'événements sportifs fonctionnent sur des acquis et sur du vécu. S'engager avec un nouvel acteur qui propose une solution innovante et nouvelle nécessite forcément une prise de risques. Leurs interrogations sont légitimes : le matériel va-t-il fonctionner ? Si le produit n'est pas conforme aux attentes, comment va réagir le public ? Les partenaires ? Mon image ne risque-t-elle pas d'être entachée ? J'entends tout cela. Je le comprends même. Mais aujourd'hui, il est important de passer la seconde et d'utiliser les solutions quand elles existent. »*

### **« La peur de l'inconnu », Jean-Luc Schneider, Fondateur d'Eurocom**

Une autre raison, plus mercantile cette fois, est évoquée par Jean-Luc Schneider. *« Les organisateurs sont parfois coincés... parce qu'ils ont contracté avec des minéraliers par exemple, qui leurs offrent des centaines, voire des milliers de bouteilles gratuitement au titre du partenariat qui les lie. Un échange visibilité qu'il est parfois compliqué de refuser. Tout cela est très hypocrite au final... Pourquoi payer pour un service comme le mien garantissant « 0 plastique / 0 déchet », si un sponsor m'offre de l'eau ? Distribuée dans des bouteilles plastiques certes, mais pour 0 euro ? Être écolo et responsable « oui », mais pas à n'importe quel prix ! »*

Profondément optimiste, Jean-Luc Schneider est convaincu que la prise de conscience, qui doit dorénavant être suivie d'effets, prendra du temps. *« Le process est long. Mais encore une fois, nous n'avons plus le temps de la réflexion. »* Pour l'heure, les retours terrains sont excellents. *« J'engrange des contrats avec les organisateurs et les marques qui ont pu tester mes produits en situation. Ils constatent que ça fonctionne, que ça plaît au public et surtout qu'éradiquer le plastique n'est finalement pas si compliqué. »*

**Contact : 0659510001**

[gloo@eurocom.fr](mailto:gloo@eurocom.fr)

<https://glooconcept.fr>

