

A- A A+



Tweet 3



+1 1



J'aime 2



Cadeaux d'affaires

Le recours aux travailleurs handicapés

Le choix du secteur « protégé et adapté » dans la fabrication et le conditionnement de cadeaux d'affaires dépasse le simple stade de la solidarité

> [Journal numérique](#)

Coffrets cadeau

Tendance pratique et efficace

Saut en parachute, week-end détente, repas gastronomique, séance de massages, cours de danse, objet de mode, ou encore grands crus, les coffrets cadeaux ont trouvé leur place parmi les cadeaux d'affaires. En proposant un large choix et des formules clé en main, ils séduisent les entrepreneurs et leurs clients. Ils ne sont donc désormais plus seulement réservés au b-to-c, les coffrets cadeaux investissent le b-to-b. Depuis la fameuse Smartbox, le coffret cadeau thématique a fait son chemin, est passé par toutes les tailles et toutes les formes et s'est finalement imposé comme un incontournable au sein même des entreprises. Un phénomène qui n'est pas réellement nouveau pour Yolande Large, qui a lancé en 2007 La Compagnie des Cadeaux, spécialisée dans les coffrets cadeaux haut de gamme pour les entreprises.

"Ce n'est pas un phénomène de mode, c'est entré dans les mœurs. Les coffrets sont des objets pérennes qui font partie de toute la collection des cadeaux habituels", explique-t-elle. Pour motiver ses partenaires, remercier le client ou encore récompenser ses salariés, le coffret a tout pour plaire. De l'instant détente aux vacances de rêve, ou du simple accessoire de mode au produit de luxe, les coffrets s'adaptent à toutes les bourses et à toutes les envies. Et c'est bien là leur principal point fort. "La liberté de choisir est pour l'entreprise la plus belle des marques d'estime qu'elle peut offrir", explique Yolande Large.

Cet éventail de choix assure à l'entreprise la satisfaction de son client, et donc la rentabilité de son investissement. "En temps de crise, il est important de ne surtout pas arrêter de remercier et de fidéliser ses clients, mais il ne faut pas dépenser de l'argent pour rien. Le coffret permet de satisfaire tous les types de collaborateurs quelles que soient leur position géographique ou leur façon de vivre", explique la directrice générale de la Compagnie des Cadeaux. Flexibilité, efficacité mais surtout simplicité peuvent donc pousser à opter pour les fameux coffrets cadeaux. En effet, "les entreprises ne s'occupent de rien et c'est ce qui leur convient. Mener une opération de remerciement prend du temps, il faut choisir, gérer les stocks, expédier, faire le suivi, le service après-vente, etc.", explique Yolande Large.

Une solution confortable qui permet à l'entreprise de déléguer tout en maîtrisant son image. Logo, petit mot ou même configuration du site sur lequel le client va se connecter pour choisir son cadeau, les coffrets sont personnalisables à souhait. Ils vont également, dans leur contenu, refléter les choix de communication de l'entreprise. "Si un laboratoire pharmaceutique ne souhaite pas qu'il y ait d'alcool dans les choix de cadeaux, nous les supprimons", illustre Yolande Large. Coffrets prestige, développement durable ou aventure permettent à l'entreprise de mener une campagne de sensibilisation sur le handicap, l'environnement ou n'importe quelle autre cause. L'opération marketing va ainsi véhiculer l'image de l'entreprise sans imposer de choix, et ce jusque dans la sphère privée du salarié. Reste à savoir si malgré la nouvelle loi de financement de la Sécurité sociale qui prévoit la taxation des cadeaux d'affaires comme une rémunération professionnelle déguisée, les coffrets cadeaux vont conserver leur place dûment acquise parmi la liste des cadeaux d'affaires efficaces.

Par *Pauline Quinquis*

Publié le 22/03/2012 | Mots clés : Communication, Marketing

LE JOURNAL NUMÉRIQUE



Cahier 1 -
Politique,
Economie, Social

Cahier 2 -
Entreprise &
Stratégie

Cahier 3 -
Art de vivre
& Style de vie

**WEEK
END**



Feuilleton

Bons baisers de Marseille (2)

Sarkozy se méfiait de Marseille et il avait bien raison.

Kadhafi

Comment naît un tyran

Le portrait d'un homme à la fois idéaliste et opportuniste, féodal et moderne, civilisé et barbare.