



► 15 février 2019

# LE CADEAU PROMOTIONNEL SE RÉINVENTE

**Victoria PUTZ**

L'entreprise spécialisée dans le marketing émotionnel, Anaïk, a récemment racheté Trad'Partners, basé à Hong Kong. Avec une croissance organique annoncée de 10% en 2018 et un chiffre d'affaires de 57 millions d'euros, Anaïk espère continuer à se développer à l'international.

La société Anaïk poursuit son ascension. Créée en 1973 et basée à Villeneuve-d'Ascq, elle a gardé son métier historique : la réalisation d'objets sur mesure pour des marques et distributeurs dans le cadre de campagnes promotionnelles. « Le cadeau fidélise plus que la remise », indique son CEO, Frédéric Delloye. Elle opère sur les secteurs de la beauté, de la distribution et des compagnies aériennes. Les locaux de Villeneuve-d'Ascq, d'une superficie de 2 200 m<sup>2</sup> - comprenant un showroom de 800 m<sup>2</sup> -, sont historiquement spécialisés dans la bagagerie et le textile, et s'adressent à la distribution. « Ici, la logique est de créer un contact pour ramener le client vers le point de vente. » Le groupe, qui compte 88 salariés répartis dans sept bureaux, dont celui de Villeneuve-d'Ascq (45 personnes), a fait l'acquisition en septembre dernier d'un spécialiste du cadeau promotionnel dans le secteur de la beauté : Trad'Partners. Basée à Hong Kong et composée d'une vingtaine de personnes, l'entreprise devrait ouvrir les portes du marché asiatique mais aussi celui du

Moyen-Orient à Anaïk. « Nous avons déjà des clients en commun comme Occitanie, Clarins ou L'Oréal. » Ce rachat fait partie de la stratégie tournée vers l'international d'Anaïk. Les business units d'Anaïk, réparties entre Paris, Hong Kong, Shanghai, New York, Dubaï et Londres, ont fait grimper la croissance du groupe cette année. Elle est annoncée à 10% en 2018 ; son chiffre d'affaires atteint les 57 millions d'euros (CA de Trad'Partners compris). « Nous avons une logique d'investissement et d'innovation en permanence. » La PME, qui ne cache pas son ambition de devenir une ETI, axe sa stratégie sur l'autonomisation de ses agences à l'international, notamment par le biais du digital : « Nous voulons créer un réseau pour interconnecter les business units. »

## UN ENGAGEMENT DURABLE EN DÉVELOPPEMENT

En janvier, le groupe s'est lancé dans une démarche B Corporation (communauté d'entreprises promouvant leur mission sociétale). « Nos produits viennent de Chine. Nous voulons réduire l'impact écologique de nos cadeaux promotionnels », souligne Frédéric Delloye. Anaïk a ainsi mis en place plusieurs actions : une gamme de textiles en polyester recyclé au même prix que ceux non recyclés, les transports par train et par barge privilégiés... « Nous travaillons aussi au respect des droits des employés dans les usines. »

"On veut sortir du cadeau

transactionnel et passer au cadeau émotionnel

## SORTIR DU CADEAU TRANSACTIONNEL

La transformation de la distribution avec les géants du e-commerce comme Amazon a changé la donne pour le cadeau promotionnel. « Les marques et la distribution se posent la question : comment créer du lien avec le consommateur... » Depuis trois ans, Anaïk a ainsi transformé son métier pour se positionner sur une stratégie de marketing émotionnel. Leader en France dans ce secteur en plein développement, la PME associe digital à objet pour se réinventer. « Nous avons, par exemple, en association avec la marque Rougegorge, créé une trousse, offerte avec un lien QR code qui permet d'accéder à une playlist renouvelée chaque mois. » Anaïk a également développé une application sur smartphone, « Gift Score », qui permet au client d'accéder directement à une page d'indice de satisfaction, par la prise en photo d'un cadeau promotionnel fabriqué par la société. « Nous allons la proposer en 2019. » À travers ces innovations, le groupe espère tisser un lien plus fort avec le consommateur. L'objectif est de travailler la campagne marketing en amont et après l'offre du cadeau. « On veut sortir du cadeau transactionnel et passer au cadeau émotionnel. »

Frédéric Delloye dirige le groupe Anaïk depuis 21 ans. ■