

pas, et ont adressé des messages d'accompagnement à leurs collaborateurs bloqués en télétravail. D'où la recherche de cadeaux liés au bien-être et destinés à faire réellement plaisir. La dernière étude Omyague sur les critères de sélection des entreprises montre une nette progression de la qualité, toujours en tête et qui creuse l'écart sur le critère du prix tandis que celui de l'utilité dépasse désormais le critère de l'originalité et que les goûts du destinataire sont nettement mieux pris en compte.

### Individualisation massive

L'extension massive de l'individualisation du cadeau est également constatée. De fait, "elle existait déjà avant la crise et pas seulement pour le très haut de gamme", nuance Antony Villéger. "Ce qui est différent aujourd'hui, c'est le mix de plusieurs médias au profit d'une seule action: envoyer à domicile une boîte déjà personnalisée, par exemple aux couleurs de l'entreprise, avec, à l'intérieur, une carte individualisée pour le

en leur envoyant des cadeaux directement chez leurs clients ou collaborateurs. "L'idée était sous-jacente, ajoute Antony Villéger: Il a fallu la crise pour que cela se mette en place mais il n'y a pas eu d'une usine à gaz à monter".

La livraison multi-adresses au domicile du bénéficiaire final est ainsi devenue un must. Grainette cite des listes de plusieurs centaines d'adresses. Coline Delmas-Werner, qui a proposé la livraison directe de proximité de ses boîtes de French

La livraison multi-adresses au domicile du bénéficiaire final est devenue un must

de conseil, même quand les clients savent exactement ce qu'ils veulent". La stabilité de la demande facilite les choses: un goût pour les produits classiques encore plus marqué de la part de la clientèle étrangère, une personnalisation au logo de la marque de la société, la gravure discrète des initiales du bénéficiaire. Pascal Fondeur

### Chiffres clés

Plus de 89 % des entreprises offrant des cadeaux disent vouloir transmettre leurs valeurs et plus de 53,3 % avaient personnalisé leur cadeau.

Parmi les critères de choix, la qualité vient en tête (cité par 72,9 % des répondants, contre 69,6 % au printemps 2020), devant le prix (60,8 %, -7 points) et l'utilité (55,8 %, +3).

Cités dans 45 % des cas, les goûts des destinataires progressent de 8,4 points et gagnent deux rangs, tout en restant derrière l'originalité, en forte baisse (-4,7 points) et le Made in France, en forte progression (+7)

Source: Étude Omyague Inspiration luxe 2021

Le marché de l'objet média: 1,21 milliard d'euros annuel avant la crise, 920 millions au printemps 2021.

### Avec EcoTree, offrir un arbre en forêt

Il s'agit d'un cadeau aux antipodes du goodie jetable: transmissible, il contribue à la prise de conscience d'un patrimoine commun, et incite à découvrir la forêt

À l'heure de la RSE omniprésente, pourquoi ne pas offrir à ses collaborateurs ou à ses clients, non pas un arbuste en pot, mais un arbre, situé en pleine forêt? C'est ce que propose EcoTree, société créée en 2016 et qui permet à des particuliers, mais aussi à des entreprises, d'acquérir des arbres en forêt sans pour autant devenir propriétaires du foncier. L'objectif consiste à "participer à la réconciliation de l'économie et de l'écologie en démocratisant la forêt et en la rendant accessible à tous", explique Baudouin Vercken, l'un des cofondateurs.

Concrètement, l'entreprise cliente choisit les essences et l'âge des arbres qu'elle souhaite offrir, ainsi que leur localisation en France.

Lancée en Bretagne, la société propose en particulier des arbres dans plusieurs forêts de l'ouest de la France, (Finistère, Sarthe...) mais aussi ailleurs, comme dans la Nièvre. Le bénéficiaire se voit remettre non pas l'arbre offert, mais un descriptif de celui-ci, ainsi qu'un code qui, une fois saisi, lui permet de le découvrir. Grâce à la géolocalisation fournie, il pourra se rendre éventuellement sur place pour prendre conscience de visu de son cadeau.

Le bénéficiaire peut ainsi suivre la vie de son arbre, dont la gestion et l'exploitation sont assurées par EcoTree, propriétaire du foncier. En cas de coupe d'exploitation, le propriétaire de l'arbre reçoit le bénéfice réalisé. "Ce n'est pas ce qui motive le plus, mais cela reste un geste symbolique", note Baudouin Vercken, qui rappelle que les forêts sont gérées de manière durable, ce qui signifie que la coupe peut ne pas intervenir du vivant du bénéficiaire du cadeau.

C'est aussi l'un des intérêts de ce type de cadeau, aux antipodes de l'objet jetable: transmissible, contribuant à la prise de conscience d'un patrimoine commun, il incite à découvrir la forêt, et à faire prendre conscience de son rôle et de l'intérêt de la protéger. ■

# OMYAGUE

LE SALON DU CADEAU D'AFFAIRES D'EXCEPTION  
7 & 8 SEPTEMBRE 2021 | CARROUSEL DU LOUVRE PARIS

Les opérations cadeaux  
les plus pertinentes