

Tir Groupé, champion toutes catégories du chèque-cadeau

■ **Spécialiste du chèque-cadeau multimarque, Tir Groupé séduit entreprises et employés.**
■ **Le distributeur étoffe son catalogue de produits originaux et tente d'aborder le marché des particuliers.**

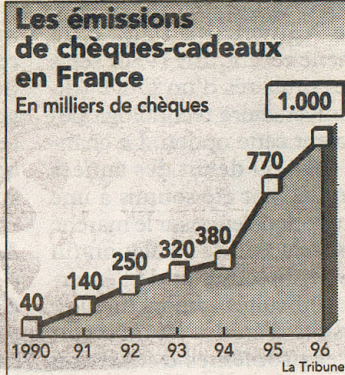


QUOI DE PLUS désagréable que de recevoir un cadeau qui nous déplaît ? C'est en partant de ce principe que Stéphane Cherki a inventé le métier de distributeur de chèques-cadeaux et fondé en 1983 la société Tir Groupé. Son idée est simple : il veut devenir, par l'intermédiaire de bons-cadeaux, le relais entre des sociétés

commercialisant des produits à offrir et des entreprises désireuses de motiver ou de récompenser leur personnel. La force de Tir Groupé est d'avoir pensé à regrouper plusieurs enseignes sur un chèque-cadeau dont seule la valeur est définie à l'avance.

Des enseignes reconnues. Tout le monde se satisfait du système. Les sociétés éditrices y trouvent des débouchés importants puisque aujourd'hui Tir Groupé édite près de un million de chèques par an. Décathlon a ainsi pu réaliser jusqu'à 5 millions de francs de chiffre d'affaires mensuel grâce à cette filière.

Consciente des avantages du concept, plus de 50 enseignes françaises ont rapidement décidé de rejoindre la bannière de Tir Groupé. « *A l'heure actuelle, nombreuses sont les entreprises qui voudraient intégrer notre catalogue. Nous ne sélectionnons que celles qui*



En 1996, Tir Groupé aura distribué un million de chèques-cadeaux à choix multiples. Pragmatiques, les bénéficiaires choisissent en priorité... des bons de carburant.

sont connues et présentes à l'échelon national », explique Stéphane Cherki. A l'autre bout de la chaîne, les entreprises soucieuses de motiver leur personnel ou de fidéliser un client et les comités

d'entreprise apprécient l'initiative. Grâce aux systèmes multichoix, tous sont certains de contenter leurs employés, quels que soient leur âge ou leur goût. Cerise sur le gâteau, Tir Groupé leur offre, suivant le montant acheté, des bons gratuits, pouvant aller jusqu'à 3 % de la valeur des chèques émis. Quant aux bénéficiaires, ils sont, eux aussi, enchantés du système puisqu'ils sont libres de choisir leurs cadeaux parmi une liste variée représentant près de 100.000 points de vente en France et allant des classiques grands magasins au Parc Astérix, en passant par Pierre & Vacances, le Club Med, Sephora, Total, Darty, Decathlon, Kiloutou, Ikea, Fauchon,...

Un catalogue de 190 pages. Loin d'être à court d'idée, Tir Groupé complète au fil des mois son catalogue en étendant son offre à des chèques-théâtre, des

invitations à des week-ends gastronomiques dans des établissements de prestige, ou des « passeports pour l'aventure », proposant des stages sportifs dans 40 disciplines dont la formule 3, le parachute, le canyoning ou la plongée. Il cherche également à développer son activité auprès des particuliers qui peuvent s'adresser directement à eux pour faire un cadeau à un ami, voire déposer une liste de mariage. Le choix est devenu tel que, depuis l'an passé, Tir Groupé édite un catalogue de 190 pages en quadrichromie qui devrait être tiré à trois millions d'exemplaires d'ici à l'an 2000.

Parti d'à peine 200.000 francs en 1983, le chiffre d'affaires du premier distributeur européen de chèques-cadeaux a atteint 66,5 millions de francs en 1995 et 100 millions en 1996, pour un bénéfice estimé à 2,2 millions.

ANNE LÉVEILLÉ