



Les coffrets cadeaux volent de record en record

La société châteloise **Swiss Gift Selection** collabore avec les ateliers du Centre d'intégration socio-professionnelle (CIS) pour confectionner des coffrets cadeaux destinés principalement aux entreprises.

THOMAS CHRISTEN

CHÂTEL-SAINT-DENIS. Swiss Gift Selection SA cartonne en cette période de fin d'année. Basée à Châtel-Saint-Denis, la société s'apprête à boucler une nouvelle année record, marquée par un essor majeur de ses coffrets cadeaux uniquement assemblés dans des cartons recyclables. Active sur l'ensemble du marché suisse, l'entreprise prévoit d'atteindre les 50 000 unités écoulées cette année, contre 30 000 en 2023 et un chiffre deux fois inférieur en 2022.

En clair, la société, de trois collaborateurs fixes, met en lumière le savoir-faire de 350 artisans et vigneron locaux. «Ce sont avant tout des partenaires plutôt que des fournisseurs», précise Hervé Badan, directeur et fondateur. Le Châtelois d'adoption, âgé de 46 ans, livre lui-même la plupart des colis à quelques privés, mais surtout à 200 entreprises, lesquelles viennent pour deux tiers de Suisse romande. «Je



Le directeur Hervé Badan (à gauche) veille au grain au CIS à Fribourg. PHOTOS ANTOINE VULLILOUD

suis une sorte de metteur en scène des produits.»

En situation de handicap

Swiss Gift Selection collabore avec des ateliers protégés, tels que le Centre d'intégration socioprofessionnelle (CIS) à Fribourg et Polyval au Mont-sur-Lausanne (VD). Au total, jusqu'à cent personnes participent à l'assemblage des coffrets cadeaux, sur fond de musique, dans le sourire et la bonne humeur. «Nous faisons appel à des personnes en situation de han-

dicap bénéficiant d'une rente AI. Elles travaillent pour se socialiser et retrouver un rythme de vie», explique Vincent Brügger, responsable des ateliers du CIS Fribourg.

Pour Hervé Badan, le cadeau constitue un «vrai outil de communication». Il permet de créer des liens. «Pour un coffret de cinq produits, jusqu'à huit personnes peuvent collaborer.» Les cartons de cadeaux comprennent surtout des aliments. «Ils doivent être consommés à température ambiante et peu-

vent être partagés.» Le Châtelois estime que les présents ont plus que jamais du sens aujourd'hui. «Ils sont des outils de fidélisation. Ils permettent de rétablir ce lien que nous avons un peu perdu avec les collaborateurs en raison des changements de façons de travailler.»

Du sur-mesure

Jusqu'à 60% des produits du terroir vendus proviennent des cantons de Fribourg et Vaud. Dans le détail, les terrines et les bricelets sont gruétiens, les saucisses et le chocolat sont veveysans, les crackers sont sarinois. Le directeur vend aussi du vin et des tisanes. «Je déniche souvent mes producteurs au Salon suisse des goûts et terroirs. Les Fribourgeois sont très créatifs, tandis qu'en Suisse alémanique, ce côté est moins développé.»

L'essentiel à ses yeux est que chaque coffret soit personnalisé. «Nous n'avons pas de cata-

logue. Je rencontre mes clients et détermine ce qui est le mieux pour eux. C'est du sur-mesure, ils peuvent même déguster

mets ce qui pétille, soit des popcorns, de la moutarde au piment d'Espelette, du champagne, ou encore du chocolat pétara-

«Les Fribourgeois sont très créatifs, tandis qu'en Suisse alémanique, ce côté est moins développé.» **HERVÉ BADAN**



avant de choisir. L'idée est surtout de leur offrir une expérience: à manger, à boire, à voir.»

Parfois, les demandes sont sélectives. «Une personne ne voulait que des produits sucrés fribourgeois: des meringues au chocolat et des petites cuchaules. Une autre ne souhaite que des produits de la ville de Fribourg même.» Les cadeaux à thème sont en vogue. Celui qui enseigne aussi le marketing et la communication à Changins (VD) aux vignerons peaufine précisément un coffret. «J'y

dant.» Les prix oscillent entre 10 et 300 francs.

Le succès des coffrets cadeaux ne cesse de grandir. «Les collaborateurs nous demandent à tout moment: les fêtes, les anniversaires, les petites attentions, toutes les occasions sont bonnes. Nous essayons dorénavant de lisser la demande sur toute l'année.» À l'avenir, Hervé Badan désire se développer en Suisse alémanique. «Nous voulons être encore plus proches du marché, tout en gardant le côté humain, et éviter que les produits ne transitent trop.» ■

«C'était l'Amazon suisse»

Jusqu'à l'année dernière, la société d'Hervé Badan, fondée en 2011, se nommait encore Swiss Wine Selection. Le Châtelois est, en effet, un connaisseur de vin. «En toute humilité, c'était l'Amazon suisse. Mais j'avais sous-estimé l'importance d'un volume élevé pour ce soit rentable au niveau des marges. Nous souhaitions promouvoir les vignerons

suisés à travers ce site internet, mais il fallait que je gagne ma vie aussi», se souvient le directeur, diplômé de l'École hôtelière de Lausanne. Au fil du temps, les vins n'ont représenté que 20% des ventes de l'entreprise. «Il fallait donc un nom plus global, qui reflète l'ensemble des produits suisses et qui soit compréhensible dans toutes les langues.» TC