

Le concept de Ticket Com tient au dos d'un ticket de caisse

ÎLE-DE-FRANCE

Important une idée australienne, la société a eu l'idée de transformer le dos des tickets de caisse en espace publicitaire. Elle compte aujourd'hui 35 franchisés couvrant 80 % du territoire national.

Ticket Com, un nom simple pour une idée qui l'est aussi mais qui rapporte : la publicité au dos des tickets de caisse. Le concept a été importé d'Australie par Pierre Renard. En 1998, ce dernier crée, avec Frédéric Bonhours, une société devenue depuis le leader français du « couponing ». « Nous offrons les rouleaux de caisse aux hypermarchés et en contrepartie nous imprimons des publicités sur la face arrière des tickets », explique Pierre Renard.

« L'hypermarché est un lieu où l'on peut toucher de très nombreux prospects. [Ticket] Com vise essentiellement les annonceurs locaux ou régionaux dont beaucoup ne peuvent s'offrir des espaces dans des médias classiques comme la presse ou la radio. Nous fonctionnons par abonnement semestriel ou annuel avec



En 2006, la PME a distribué 1,2 million de bobines à quelque 700 établissements commerciaux.

possibilité de changer le message tous les trois mois. 80 % de ces publicités sont constituées par des coupons de réduction », précise Pierre Renard.

VERS L'ÉTRANGER

La PME est présente dans les hypermarchés des grands réseaux de distribution, mais aussi dans des supermarchés de centre-ville et les restaurants d'une célèbre chaîne de fast-foods. En 2006, elle a distribué 1,2 million de bobines à quelque 700 établissements commerciaux.

L'entreprise a plusieurs concurrents mais sa grande originalité a été de construire son développement en s'appuyant sur le système de la franchise. Elle compte aujourd'hui 35 franchisés dont l'activité couvre environ 80 % du territoire national et a produit 4,2 millions d'euros en 2006. « Nos franchisés peuvent se consacrer totalement à la vente car nous prenons en charge tous les aspects techniques, comme la conception des maquettes, l'impression, la logistique ainsi que des tâches administratives », indique encore Pierre Renard.

À son siège social de Châtillon (Hauts-de-Seine), la PME compte 8 salariés, dont 3 maquettistes. Le chiffre d'affaires, qui a atteint 2.775.000 euros au 31 juin 2006, progresse régulièrement. Il est maintenant dynamisé par un déploiement hors de l'Hexagone, en Europe (Allemagne, Espagne, Italie, Grèce, Roumanie, Suisse), mais aussi au Maghreb (Tunisie et Maroc), avec un partenaire local ou des franchisés en direct dans les pays les plus importants.

PATRICK DÉSAVIE