

▶ ENTREPRISE

La magie du **set**

Autocrea distribue dans toute la France des sets de table publicitaires. Une réussite industrielle et commerciale.



Set et match... Pour Henry Cavelan, pas besoin de tie-break pour gagner un set (de table). Il en distribue désormais près d'un million par mois dans 450 brasseries réparties dans une quinzaine de villes françaises. Tout le monde a vu ces sets, faits de grandes publicités très attirantes, d'annonces immobilières, d'un horoscope et de deux grilles de sudoku, qui ont remplacé les mots croisés.

Le jeune entrepreneur a créé Autocrea en 2000, avec au départ le projet de vendre de la publicité sur des voitures. La réussite n'a pas vraiment été au rendez-vous, mais il a su rebondir en se lançant avec succès dans la commercialisation des sets de table. La recette est simple, comme pour toutes les bonnes idées : distribuer gratuitement le set aux restaurants, assurer une logistique efficace, convaincre les annonceurs qu'il s'agit d'un moyen hors-norme d'information : « 90% de la clientèle d'une brasserie reste au moins 45 minutes à table. C'est une visibilité remarquable. D'autre part, 73% des clients dépensent plus de 15 € par repas, ils

sont donc dotés d'un pouvoir d'achat relativement élevé », argumente Henry Cavelan, qui veille soigneusement à la qualité de son produit : « pas question d'aller dans une spirale de rentabilisation en multipliant et en réduisant les encarts, ou en enlevant les astres ou les jeux. C'est un ensemble, un tout qualitatif ». Les résultats sont là, avec des sponsors fidèles, certains n'hésitant pas à acheter des emplacements à l'année. Le monde de l'automobile est un des meilleurs partenaires, avec l'immobilier, les loisirs, les banques, au total plus d'une centaine de marques qui ont rapidement compris l'intérêt d'être présent sur ce type de support. « J'ai vite compris que cela allait marcher. Dès les premiers mois, les annonceurs appelaient pour réserver ».

Nouvelles activités

« Nous allons continuer notre développement », prévoit Henry Cavelan, qui sort d'un tiroir une petite feuille quadrillée sur laquelle il avait écrit voilà quatre ans la liste des villes où il voulait s'implanter. On en compte une trentaine au total, ce qui représentera deux millions de sets à produire.. Il lui reste à conquérir l'est et le centre de la France pour y parvenir, Autocrea étant déjà présent à Lille, Amiens, Rouen, Le Havre, Caen, Le Mans, Angers, Orléans, Tours, Rennes, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Perpignan, Montpellier et Nîmes.

Si les sets de table représentent un succès remarquable, Henry Cavelan n'en reste pas là. Il a soif d'entreprendre, de développer de nouvelles idées. Très récemment installé à La Vatine, dans une ancienne maison particulière, il met en œuvre d'autres projets. « La qualité des visuels que nous développons pour les sets de table a donné l'envie à nos annonceurs de nous demander de créer des plaquettes commerciales. Pour ne pas mélanger les deux métiers, il fallait une structure vraiment spécialisée dans la communication. C'est ainsi qu'est né PubliPress ». Ce sont au total une quinzaine de personnes qui travaillent dans les deux

structures, avec une caractéristique forte : la jeunesse. « Et on va rester jeune encore longtemps », sourit-il. Les métiers de la communication l'obligent. Il faut être actif, réactif. « Les entreprises ont toujours envie de communiquer, mais elles se décident le plus souvent au dernier moment. Il faut être prêts à répondre à leurs attentes ».

S'il n'y avait « que » Autocrea et PubliPress, ce serait simple, mais Henry Cavelan sort d'autres cartes de ses poches. Move'On, un guide haut de gamme des sorties rouennaises, qui en est à sa quatrième édition. SmallDrive, une société de location de voitures sans permis, des étuis à baguettes publicitaires, en attendant la création d'un site web marchand entre autres projets. « Je n'aime pas mettre tous mes œufs dans le même panier. Autocrea fournit une excellente base financière pour lancer d'autres sociétés. Les banques prêtent plus facilement l'oreille. C'est du travail, mais cela ne me fait pas peur ». Le temps est loin où Henry Cavelan faisait le tour des brasseries rouennaises pour distribuer les sets de table, puis enfilait un costume de commercial pour vendre les encarts, avant de filer à l'imprimerie superviser la sortie du produit. Il dispose aujourd'hui d'équipes compétentes pour faire tourner la boutique, d'une flotte de véhicules pour distribuer les sets, et d'un enthousiasme jamais démenti pour aller de l'avant. ■

FC