

▼ HAUTE-NORMANDIE/PUBLICITÉ

AutocreA assoit les annonceurs à table

La PME développe son concept de sets de table publicitaires auprès des annonceurs locaux et des brasseries.

HENRY CAVELAN (31 ans) a beau appartenir à la génération numérique, c'est le support papier que ce publicitaire a préféré. Avec son entreprise AutocreA basée à Rouen (Seine-Maritime), il a remis au goût du jour, depuis 2003, une idée ancienne : vendre à des annonceurs locaux (concessionnaires, agences immobilières, banques, etc.) des encarts publicitaires sur des sets de table.

Créés en interne, imprimés par des sous-traitants et renouvelés tous les mois, ceux-ci sont distribués gratuitement aux brasseries. Pour séduire les annonceurs, Henry Cavelan insiste non seulement sur la notion de proximité mais aussi sur le « wait marketing » ou publicité dans les lieux d'attente. En bonus : un horoscope et un

sudoku, pour mieux capter l'attention du client. Sans compter que les grandes brasseries démarchées permettent d'attirer des grandes marques : Porsche, Jaguar, BMW, etc. Des marques à qui AutocreA peut fournir une audience précise correspondant au nombre de clients.

■ « INSUFFISANT »

Développée en propre pendant sept ans dans sept villes de Normandie (Rouen, Le Havre, Caen, etc.), l'entreprise a misé en mars 2010 sur la franchise. Recrutés pendant des salons dédiés, les franchisés s'engagent pour deux villes, sont formés, assistés dans leur activité via une base de données centralisée et versent des royalties à AutocreA. Neuf franchisés ont déjà rejoint le réseau et démarré à l'automne dernier. Si bien que, par leur biais, AutocreA accélère son déploiement et s'étire désormais sur 510 brasseries réparties pour l'heure dans 15 villes : à celles « travaillées » en propre s'ajoutent Aix-en-Provence, Bordeaux, Laval, Le Mans, Nancy, Nîmes, Strasbourg et plus récemment Ajaccio et Bastia. « Insuffisant » pour Henry Cavelan qui en vise 150 à 200 d'ici à cinq ans, à raison de 10 franchisés de plus par an. Un minimum. Ralentie par la crise du secteur publicitaire en 2009, l'activité de l'entreprise a rebondi depuis. En 2010, le chiffre d'affaires a atteint 1 million d'euros.



Henry Cavelan,
fondateur de
l'agence AutocreA
Publicité.