

AutocreA se met à table !

Un concept unique de «wait marketing», un faible investissement, une rentabilité élevée ainsi que l'absence de locaux et de stock... autant d'atouts qui font de l'enseigne une des franchises leaders de son secteur.

Marie Simonnetti

Avec plus de 1,2 million d'exemplaires dans plus de 600 brasseries réparties dans 19 villes, AutocreA est l'enseigne leader du set de table publicitaire en France ! Il faut dire que le concept est porteur : la commercialisation d'espaces publicitaires, des sets de table, dans l'ensemble des brasseries françaises. Basé sur le «wait marketing» (publicité dans les lieux d'attente) et la publicité contextuelle, ce procédé permet aux annonceurs de communiquer au bon endroit, en ciblant précisément une zone

géographique et une clientèle type, et au bon moment, lorsque le consommateur est détendu, en attente de ses consommations... donc plus réceptif. D'autant que, pour imposer son image le temps d'un repas, le set est composé une partie ludique, avec horoscope, agenda, grille de sudoku... à côté du message publicitaire proprement dit. Pas moins de 6 formats différents sont disponibles, du 8 x 8 au 20 x 30 cm, ce qui offre de larges possibilités d'annonces, tous sans cesse renouvelées. Véritable communication de proximité, ce support s'impose donc aux consommateurs dans un lieu de convivialité sans pour autant être intrusif. Une vraie réussite ! Ce



AutocreA
Le set de table publicitaire



Pour «imposer leur image le temps d'un repas», rien de tel qu'un set de table. Véritable communication de proximité, il s'impose aux consommateurs dans un lieu de convivialité sans pour autant être intrusif.



LES CLÉS DU SUCCÈS

Pour donner à ses franchisés toutes les clés du succès, AutocreA leur donne accès à :

- une formation personnalisée théorique et pratique au savoir-faire ;
 - un apprentissage des techniques de vente ;
 - la découverte de la création graphique ;
 - une aide à la création d'entreprise ;
 - la mise en pratique des outils administratifs et commerciaux.
- AutocreA a également mis en place une assistance pour :
- la prospection des restaurants partenaires ;
 - l'exploitation de la base de données des visuels ;
 - la création de maquettes publicitaires d'aide à la vente ;
 - la conception des sets de table définitifs.

de reproduire un modèle expérimenté», explique-t-on chez AutocreA. Avec un sens du contact et cette fibre commerciale, le franchisé peut alors démarcher les annonceurs potentiels, entretenir et suivre ce futur fichier clients. En commercialisant et en fidélisant un portefeuille d'annonceurs locaux, le franchisé développe sa présence sur ce support et accompagne ses clients dans le choix de leur campagne publicitaire.

À ses partenaires, l'enseigne offre l'opportunité d'implanter le set de table dans leur ville ou leur région



Se démarquer, innover et surtout communiquer, tels sont les maîtres mots de Henry Cavelan, créateur d'AutocreA. En 2001, tout juste

Nouveau site

L'élaboration d'un site Internet dédié exclusivement aux futurs franchisés était indispensable. C'est en toute transparence que ce dernier propose de collecter l'ensemble des données fondamentales, relatives à la création de la franchise AutocreA : les conditions contractuelles, l'aménagement, le contenu de la formation et de l'assistance.

La mise en avant des atouts d'un franchisé de l'enseigne ainsi que l'évocation de nombreux sujets en corrélation avec la franchise satisfèrent attentes et interrogations. Et c'est avec entrain que les franchisés déjà en place font part de leur propre vécu quant à l'intégration ainsi qu'à la mise

en route de la marque dans leur région respective. De quoi créer un lien durable entre franchiseur et franchisés.
www.creation-franchise.fr



pour exercer un métier passionnant qui ne nécessite ni stock, ni personnel, ni local commercial. Avec un faible investissement, de l'ordre de 20.000 euros (14.500 euros de droit d'entrée + 5.500 euros de Pack ouverture), chacun bénéficie d'un contrat de franchise pour une durée de 5 ans pour un territoire exclusif. Tous bénéficient alors de la puissance d'un réseau national et d'une expérience de plus de 8 ans.

Formation et assistance

Pour accompagner les franchisés au lancement de leur activité, AutocreA propose une formation initiale, un book de

lancement et une assistance au démarrage, notamment en matière de techniques de vente, mais également tout au long de leur activité. La conception et la réalisation des encarts publicitaires peuvent être réalisées par l'équipe de graphistes de l'enseigne, avec accès à la base de données visuelles, modélisation des publicités pour les prospects, réalisation graphique du set de table définitif, impression du support et même livraison du produit chez le franchisé.

Tout au long de leur activité, chaque franchisé bénéficie également, outre l'assistance régulière et l'aide au développement sur le terrain, d'une brochure opérationnelle de prospection et de vente, d'un manuel de la charte graphique AutocreA, du classeur regroupant les 600 éditions réalisées «Book sets» et d'un intranet administratif et commercial AutocreAbox. Véritable boîte à outils dédiée aux franchisés afin de les aider dans leur prospection commerciale auprès des annonceurs locaux potentiels, ils y retrouvent, entre autres, les derniers visuels des annonceurs de l'ensemble du réseau, les dernières parutions des sets de table, les annonceurs par activité... AutocreAbox est également un outil d'aide à la gestion pour réaliser un devis, éditer un bon de commande ou même directement imprimer une facture en ligne.

La valeur n'attend pas le nombre des années...

âgé de 21 ans, le jeune homme décide de tout lâcher et de se concentrer exclusivement sur la création de son entreprise. Après des périodes de doutes et d'incertitudes, après avoir testé plusieurs supports de communication, le set de table s'impose à lui comme une évidence, alors qu'il déjeune

seul dans une brasserie rouennaise. «Imposez votre image le temps d'un repas !», le concept était né, simple et efficace. En quelques années, Henry Cavelan a réussi à faire de l'enseigne le leader sur le marché français. Elle compte aujourd'hui 7 sites en propre et 12 franchises au niveau national.