

Du set au match gagné

Développement. A la tête d'Autocrea à Rouen depuis quinze ans, Henry Cavelan est devenu le roi des sets de table destinés à la restauration. Il crée d'autres supports publicitaires disponibles gratuitement. Rencontre.

Vous avez eu l'idée, il y a quinze ans, de créer des supports publicitaires, au premier chef des sets de table que l'on retrouve dans les restaurants. Comment vous est venue cette idée ?

■ **Henry Cavelan :** « Tout simplement en déjeunant dans un restaurant à **Rouen**, et il y avait un set de table portant une marque de boisson. Je me suis dit qu'on pourrait peut-être communiquer sur ce support en ajoutant une partie ludique, en l'occurrence un horoscope et un sudoku, et proposer aux restaurants de l'agglomération des sets de table gratuits. Nous avons ainsi démarré un partenariat avec une trentaine de restaurants et brasseries sur Rouen. Il a été très bien accueilli dès les premiers mois ».

Vous ne vous êtes jamais dit que la place était déjà prise ?

■ « Elle ne l'était pas. En revanche, on essaie de temps en temps de me la prendre, mais avec plus d'annonces publicitaires. Du coup, les sets sont beaucoup plus chargés... Le client s'installe, n'a rien sur son set pendant cinq à dix minutes... On est plutôt friand des restaurants qui sont lents en cuisine ! Car pendant ce temps-là, les clients regardent en détail notre support. C'est donc une bonne chose pour nos annonceurs, sachant que nos restaurants sont fréquentés par une population active le midi, qui consume par ailleurs ».

Vos sets sont renouvelés avec quelle fréquence ?

■ « Tous les mois. Nos livreurs se rendent dans chaque établissement pour récupérer les anciennes éditions et apporter les nouvelles. Depuis la création il y a quinze ans, nous avons réalisé 1 700 éditions dans 35 ou 40 villes. Les commerciaux en propre ou dans les franchises démarchent les restaurants pour leur proposer nos



Henry Cavelan a créé Autocrea alors qu'il était étudiant. Aujourd'hui, il compte dix franchises

services et leur offrir gratuitement les sets, démarchent les annonceurs pour des contrats de trois mois, six mois ou un an. On constate que les annonceurs sont très fidèles ».

Vous avez donc développé des franchises en France ?

■ « Oui, depuis 2010. Et ils appliquent les mêmes méthodes commerciales. Aujourd'hui, on permet à une dizaine de personnes qui souhaitent bénéficier de notre réseau et de notre expérience de développer le concept Autocrea. En général, ces franchisés travaillent seuls mais peuvent aussi démarcher d'autres villes dans leur région et sont amenés à embaucher des commerciaux ».

Quels autres supports avez-vous lancé ?

■ « Sur un set, on est limité en termes d'emplacement. Alors, j'ai lancé il y a deux ans un nouveau support qui repose sur le « wait marketing », autrement dit la publicité sur les lieux d'attente. J'ai créé des couvertures de magazine pour Marie Claire, L'automobile magazine, Cosmopolitan..., avec des partenariats de plus en plus forts. On récupère ces mensuels, on les entoure d'une couverture publicitaire, et ils sont disponibles dans une centaine de points de lecture dans l'agglomération rouennaise, à **Caen**

depuis trois mois, au **Havre** depuis un mois. Nous avons aussi développé le « Move on » il y a onze ans, sur Rouen, avec un plan, des annonces, des activités, des commerces, et 150 points de distribution à la clef. Il est notamment très utilisé par les touristes ».

Vous avez créé votre entreprise à 21 ans après une petite année à Rouen Business School (Neoma aujourd'hui). Quel a été votre parcours ?

■ « J'ai démarré seul, au four et au moulin pendant un an et demi, voire deux ans. Pour le set, je vendais les encarts, je livrais les brasseries, je créais les visuels... J'ai pu ainsi découvrir le métier, partir avec peu de moyens. Le sérieux et la fidélité des annonceurs m'ont permis de développer d'autres villes avec peu de moyens toujours, même si les banques aujourd'hui font partie de mon environnement pour me développer ».

Quel conseil pour de jeunes créateurs ?

■ « Parlez de vos idées, et essayez de la faire valider par des professionnels, des futurs clients ».

MARC BRAUN

m.braun@presse-normande.com

■ L'émission Eco Normandie est à voir sur paris-normandie.tv