



**Dossier de presse**

## SOMMAIRE

<b>PREAMBULE</b>	<b>3</b>
<b>EDITO</b>	<b>4</b>
<b>ETAT GENERAL ET PERSPECTIVES DU MARCHE</b>	<b>5</b>
<i>Concurrence directe</i>	
<i>Concurrence périphérique</i>	
<b>UN CONCEPT ORIGINAL</b>	<b>6</b>
<b>FICHE QUALITATIVE DU SET DE TABLE AUTOCREA</b>	<b>7</b>
<b>DES ANNONCEURS D'ENVERGURE</b>	<b>8</b>
<b>AUTOCREA SE LANCE EN FRANCHISE</b>	<b>9</b>
<i>Stratégie de développement</i>	
<i>Bilan première année</i>	
<i>Objectif</i>	
<b>DEVENIR FRANCHISE AUTOCREA, UN CONCEPT TRES ACCESSIBLE</b>	<b>10</b>
<i>Formation et assistance.</i>	
<i>Pour donner à ses franchisés toutes les clés du succès, AutocreA leur donne accès à :</i>	
<i>AutocreA a également mis en place une assistance pour :</i>	
<i>Une mise à disposition :</i>	
<i>Autocreabox</i>	
<b>LES FRANCHISES ONT LA PAROLE</b>	<b>12</b>
<b>FICHE SIGNALÉTIQUE</b>	<b>14</b>

## PREAMBULE

La publicité est une forme de communication, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée pour l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie ...

« Action de rendre public » ou « état de ce qui est public » a pris le sens moderne d'« ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, une entreprise industrielle ou commerciale »

Les supports de la publicité sont multiples, de l'antique enseigne de magasin à la bannière internet en passant par la télévision, l'affichage, les spots radiophoniques, les dépliants, le publipostage, le mobilier urbain, l'encart dans la presse écrite, les petites annonces, les écrans de télévision placés sur les lieux de vente, un homme-sandwich dans la rue, la publicité mobile, le placement de produit dans les films ou les séries télévisées, le spam en allant jusqu'à se glisser dans des applications offertes par des sites internet.

Parmi cette multitude de supports la société AutocreA n'aurait-elle pas trouvé le plus innovant ?

## EDITO



Henry CAVELAN

Depuis la création d'AutocréA Publicité en 2001, Henry Cavelan, est déterminé par la volonté de développer et d'améliorer sans cesse l'activité de son entreprise.

C'est en 2001, encore tout jeune étudiant de 21 ans, en première année à l'ISPP, groupe E.S.C Rouen, que l'idée lui vint. Il dit stoppe aux études et se lance corps et âmes dans son projet. Créer une agence de publicité.

AutocreA est née. Son premier support mis en place propose aux particuliers de percevoir la somme de 61 euros, en échange d'un adhésif publicitaire micro perforé, apposé sur la lunette arrière de leur véhicule. Henry Cavelan fort de son acharnement, va rapidement s'imposer et mettre en place une dizaine de campagnes publicitaires (Virgin Radio, Crédit Agricole, Mac Donald's, E. Leclerc, Orange ...). Malheureusement le résultat est en dessous de ses attentes.

Prenant en considération la difficulté de développement de ce premier type de support publicitaire, Henry Cavelan, n'étant pas du genre à se laisser abattre, décide d'élargir son offre auprès de ses annonceurs avec pour objectif de trouver un support « imposé aux lecteurs ».

C'est en mars 2003, en déjeunant dans une brasserie rouennaise, qu'Henry Cavelan eu l'idée du set de table publicitaire. L'activité consiste à vendre des encarts publicitaires sur des sets de table en papier, qui sont offerts gratuitement aux brasseries et aux restaurants.

Quelle Idée de génie ! Les annonceurs sont immédiatement séduits.

**« Imposez votre image le temps d'un repas ! »** c'est ce que propose AutocreA. Un concept simple et efficace reposant sur es notions du Wait marketing (publicité dans les lieux d'attente).

## ETAT GENERAL ET PERSPECTIVES DU MARCHE

Globalement, le marché publicitaire a baissé d'environ 12% sur ces deux dernières années.(IREP), à l'inverse le set de table publicitaire AutocreA a augmenté en moyenne son chiffre d'affaires de 16% sur ses quatre principales éditions.Les supports reposants sur le concept du « wait marketing » sont appelés à pérenniser la notoriété des annonceurs et à prendre des parts de marché sur l'ensemble des supports de communication.

Il faut malgré tout prendre en considération la concurrence.

### Concurrence directe

- Radio (NRJ, Virgin Radio, Skyrock...)
- Presse gratuite (Paru Vendu, Auto-mag, Logic Immo, Petit zappeur...)
- Prospectus, tracts...

### Concurrence périphérique

- Télévision
- Mobilier Decaux (Atribus, 4x3 m)
- Flan et arrière de bus
- Internet (bannières sur les pages jaunes...)
- Presse nationale

## UN CONCEPT ORIGINAL

AutocreA étant né à Rouen c'est d'abord dans différentes villes de Normandie (Rouen, Caen, Le Havre, Dieppe...) que le set de table s'est implanté. Dès la fin 2009, 7 implantations sont gérées en propre. Aujourd'hui le set de table AutocreA s'étale déjà sur de nombreuses tables de brasseries françaises.

Composé de 6 à 8 encarts publicitaires et d'une partie ludique (horoscope, sudoku). Pas moins de 6 formats différents sont disponibles, du 8X8 cm au 20X30 cm, ce qui offre aux annonceurs de larges possibilités d'annonces. Il est en couleur et sur un grammage papier de 80 grammes. Les sets AutocreA sont sans cesse renouvelés : une parution par ville est éditée chaque mois. Leur diffusion peut atteindre les 100 000 exemplaires par ville et AutocreA est déjà présent dans près de 500 brasseries.



Déjeunant seuls dans 20% des cas, 73% des clients des brasseries dépensent plus de 15€ par repas et 90% passent au moins 45 minutes à table. C'est une clientèle captive et réceptive. La clientèle est diversifiée, allant de l'étudiant aux chefs d'entreprise, qui fréquentent également les brasseries, et plus seulement « les restaurants à nappes ». Le set de table est un mode de distraction pour les clients, ils découvrent les différentes publicités : L'Audi A1 « série numbers » 199€ par mois....., un loft en centre ville avec parking, vue dégagée....., un abonnement de sport à un prix imbattable chez Moving, ou bien ils s'amuse en jouant au sudoku ou en lisant leur horoscope : « la chance sera tout prêt de vous !!! »

Communiquer au bon endroit et au bon moment sans être intrusif et en respectant le consommateur.

Valoriser les moments d'attente : moments privilégiés, car la publicité est accueillie dans ces moments-là comme divertissante.

Cibler précisément la clientèle qui est plus réceptive au message que nous lui offrons et dont l'impact est alors démultiplié.

## FICHE QUALITATIVE DU SET DE TABLE AUTOCREA

- Impact équivalent à une couverture de magazine
- Support imposé aux lecteurs
- Cible csp+ (catégorie socioprofessionnelle élevée)
- Une charte graphique moderne et aérée
- Peu d'encarts publicitaires (entre 6 et 8 encarts par set de table)
- Lieux de convivialité : les brasseries
- Une communication de proximité
- Plus de 600 clients, 500 éditions
- Aspect ludique du Sudoku et de l'horoscope

## DES ANNONCEURS D'ENVERGURE

Conscients de l'impact de ce nouveau support basé sur le Wait marketing (publicité dans les lieux d'attente), des sociétés d'envergure nationale sont déjà présentes en tant qu'annonceur sur le set de table AutocreA :

- Concessionnaires automobiles : Renault, Citroën, Ford, Porsche, BMW, Nissan, Volvo, Fiat, Jaguar...
- Enseignes de l'immobilier locales et nationales : Century 21, AVIS Immobilier, Solvimo, Citya...
- Grande distribution : Auchan, E.Leclerc...
- Banques : Crédit agricole, Crédit du Nord...
- Assurances : AXA, Assuréea, GAN...

Et aussi : SNCF, SFR, Printemps, Monceau Fleurs, Fly, Orange...

Et les résultats sont là, certains de ces sponsors fidèles n'hésitent pas à acheter des emplacements à l'année.

## AUTOCREA SE LANCE EN FRANCHISE

### Stratégie de développement

Fort de son expérience et du succès de ses sites pilotes, Henry Cavelan décide, en mars 2010, d'orchestrer son développement sous la forme d'un réseau de franchises.

Pour manager cette nouvelle activité, une réorganisation en interne et un investissement en communication ont été nécessaires. Le concept s'est d'abord implanté dans différentes villes de Normandie. Dès la fin 2009 les sets de table publicitaires d'AutocreA sont distribués sur Rouen, Le Havre, Dieppe, Amiens, Rouen agglomération, Evreux et Caen :

7 implantations sont donc gérées en propre aujourd'hui.

Afin de développer le concept Henry Cavelan a opté pour la franchise, gérer une équipe de commerciaux à distance requiert beaucoup trop de temps et de patience.

**« La franchise permet d'être efficace rapidement et à grande échelle »** précise t-il.

Présent tout au long de l'année sur les salons de la franchise et de la création d'entreprise, AutocreA met en marche son accroissement. C'est dans cette perspective de développement renforcée sur 2011, qu'AutocreA a participé, tout comme en 2010, au salon de la franchise Expo Paris en mars dernier, avec un bilan plutôt satisfaisant. Les contacts étaient plus qualifiés que l'année précédente, les candidats à la franchise et les visiteurs du salon, plus aguerris avec une réelle démarche et des objectifs précis de création d'entreprise.

Les retombées sont fiables et concrètes puisque les régions de l'Aquitaine, de la Touraine, de la Manche et d'Île-de-France sont déjà très investies dans l'élaboration du développement de la franchise AutocreA.

### Bilan première année

L'objectif 2010 a été rempli puisque **les premiers franchisés** ont rejoints l'enseigne et proposent déjà leurs sets de table publicitaires sur les tables des brasseries et des restaurants de **Nîmes, Aix-en-Provence, de Strasbourg, Nancy, de Bastia, Ajaccio, Le Mans, Laval.**

Le choix s'est porté sur des ouvertures en binôme dans deux destinations, afin de faciliter le démarrage.

**15 villes sont aujourd'hui couvertes par le réseau qui distribue auprès de 500 brasseries et restaurants.**

AutocreA peut se vanter d'être leader sur l'ensemble du réseau national puisque près de **1 million de sets de tables sont distribués chaque mois.**

### Objectif

L'objectif de développement du réseau AutocreA est d'être présent dans une quarantaine de villes d'ici 2013

## DEVENIR FRANCHISE AUTOCREA, UN CONCEPT TRES ACCESSIBLE

**« Il suffit d'avoir la fibre commerciale et de reproduire un modèle expérimenté. »**

Pas besoin d'être un professionnel de la communication ou de la publicité, seuls ou en couple, afin de s'épanouir dans leur activité, les franchisés AutocreA ont indéniablement un très bon sens du contact et la fibre commerciale.

Ils savent non seulement démarcher les annonceurs potentiels mais également entretenir et suivre ce futur fichier clients.

AutocreA offre à ses partenaires l'opportunité d'implanter le set de table dans leur ville ou leur région.

En commercialisant et fidélisant un portefeuille d'annonceurs locaux, les franchisés développent leur présence sur ce support et accompagnent leur client dans le choix de leur campagne publicitaire.

Ils bénéficient de la puissance d'un réseau national de 500 parutions déjà réalisées, de 600 clients et d'une expérience de plus de 7 ans.

Ce concept unique, permet aux franchisés d'exercer un métier passionnant et ne demande aucun besoin en stock ni en personnel, pas plus que de local commercial.

Avec un faible investissement de l'ordre de 20 000 euros, la rentabilité est élevée et le retour sur investissement extrêmement rapide, en moins d'un an.( 14 500€ de droit d'entrée et 5 500€ de Pack ouverture).

### Formation et assistance.

Aucune connaissance préalable en communication ou en ventes d'espaces publicitaires n'est nécessaire pour devenir partenaire-franchisé AutocreA.

AutocreA accompagne ses franchisés au lancement de leur activité à travers **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 d'AutocreA, selon le choix du franchisé. Même chose pour l'impression des sets de table.

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.

Une mise à disposition :

- d'un manuel opérationnel de prospection et de vente
- d'un manuel de la charte graphique AutocreA
- d'un logiciel intranet administratif et commercial « autocreabox »
- du classeur regroupant nos 600 éditions réalisées « Book set ».

Autocreabox

AutocreA a conçu et développé un site intranet dédié aux franchisés du réseau. Véritable boîte à outils afin de les aider dans leur prospection commerciale auprès des annonceurs locaux potentiels, les franchisés 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, en effet, le franchisé peut, en ligne, réaliser un devis, éditer un bon de commande ou même directement imprimer une facture. Autocreabox se décompose en 8 rubriques :



## LES FRANCHISES ONT LA PAROLE

**Cynthia Debaty et Philippe Roth**, respectivement franchises de **Nîmes et Aix-en-Provence**, ont découvert l'enseigne AutocreA sur le salon Franchise Expo, à Paris, en mars dernier. Ils ont lancé leurs unités le 1<sup>er</sup> octobre dernier.

« Nous recherchions la possibilité d'une activité commerciale sans structure lourde c'est-à-dire aucune gestion de personnel et sans investissement locatif. Cela a été un élément déterminant dans notre choix d'enseigne », explique Cynthia Debaty. Nous avons été attirés par « l'indépendance de cette activité commerciale et de large éventail de contacts qui s'offre à nous. »

Les critères essentiels à prendre en considération pour l'ouverture d'une ville sont avant tout, « *la connaissance du tissu économique, des pôles d'activité et des habitudes de consommation* », complète Philippe Roth. Les qualités requises pour devenir franchisé AutocreA ? *Aimer le contact, être dynamique et inventif !* **Nous avons été bien accompagnés pour démarrer notre activité** : nous avons toujours les réponses à nos questions et reçu les précieux conseils d'une expérience affinée. »

**Etienne Dugny**, franchisé de **Strasbourg** depuis février dernier et qui a commencé Nancy en avril, a un profil très commercial. Après un parcours riche, notamment dans la grande distribution, la VPC et la distribution spécialisée, son choix de la création d'entreprise lui est venu « *de l'envie de construire quelque chose, de mettre à profit son expérience « de manière autonome* » et de faire sa « *propre expérience* ».

La franchise représente pour lui « le compromis idéal pour démarrer une entreprise tout en s'appuyant sur un concept éprouvé, en diminuant ainsi les risques d'échec ». Les éléments déterminants de son choix pour AutocreA ont été de rejoindre une « structure à taille humaine où la communication est directe....l'investissement raisonnable avec un concept qui repose sur les qualités de vendeur et les autres qualités humaines ».

En effet pour le franchisé de Strasbourg « les contacts avec des clients et partenaires divers, le goût du convaincre, une certaine adrénaline positive et le côté immédiat du résultat », sont de réels atouts pour réussir.

Pour ouvrir une franchise AutocreA, il confie qu'il faut « prendre en considération le potentiel de la ville et la connaissance du terrain économique, voire de la mentalité ou des particularités régionales...et cibler correctement ses annonceurs. » Son métier de franchisé est pour lui synonyme de « dépasser ses objectifs...et de fidéliser ses annonceurs ». Son conseil : « foncer, se donner les moyens de réussir...et rester pragmatique en toutes circonstances ».

**Angélique Mathieu** est une jeune femme dynamique et ambitieuse. Jeune maman, elle recherchait un plus lorsqu'elle a rencontré Henry Cavelan. Elle vient tout juste de rejoindre le réseau AutocreA et de lancer les sets de table en Corse : après Bastia qu'elle vient d'ouvrir, elle a déjà programmé d'habiller dès le mois de mai, les tables des restaurants et brasseries d'Ajaccio. Après plusieurs années passées à gérer un glacier, la nouvelle franchisee AutocreA a voulu « changer de mode de travail » et gérer son emploi du temps. « Pouvoir concilier vie familiale et vie professionnelle sereinement » est pour elle une priorité. En revanche le choix de la création d'entreprise qui permet de rester « autonome » est primordial. Quant au choix de la franchise en général, c'est l'accompagnement » qui retient son attention, et l'enseigne AutocreA a su lui prouver « l'originalité du support de pub, un concept unique avec un faible investissement, pas de personnel, une gestion de son emploi du temps, une forte rentabilité et un retour sur investissement rapide ». Ce qui l'attire le plus dans ce métier est « le sens du relationnel ». Consciente que sa fibre commerciale et la connaissance des villes vont être des atouts pour le développement d'AutocreA en Corse, Angélique Mathieu, débuté son activité très motivée.

## FICHE SIGNALÉTIQUE

Enseigne	AutocreA
Activité	1 <sup>er</sup> réseau de sets de tables publicitaire français
Date de création	octobre 2001
Lancement en réseau	mars 2010
Nombre d'implantations	7 en propre : Rouen, Le Havre, Dieppe, Rouen agglomération, Amiens, Evreux, Caen. 8 en franchise : Aix-en-Provence, Nîmes, Strasbourg, Nancy, Bastia, Ajaccio, Le Mans, Laval.

### Conditions d'adhésion au réseau :

Type de contrat	Franchise
Durée de contrat	5 ans

Investissement global 25 000 euros

Droit d'entrée	14 500 euros
Pack ouverture (lancement et formation)	5 500 euros
Besoin fond de roulement	5 000euros
Apport personnel	20 000-25 000 euros
Redevance	6% du CA
Redevance marketing et publicité	2% du CA
CA HT (moyenne de 3 unités pilotes en 2010)	78 000 euros
Territoire exclusif	minimum 50 000 habitants

### Formation

Formation spécifique au savoir-faire AutocreA  
Manuel de lancement techniques de vente Book de références des annonces publicitaires

### Assistance

Assistance au démarrage sur site  
Conception et réalisation des encarts publicitaires  
Impression des sets de table.

### Profil du candidat

Avoir la fibre commerciale  
Aucune connaissance préalable en communication ou en vente d'espaces publicitaires n'est nécessaire.

Autocrea Publicité  
13 route de Houpeville - 76130 Mont Saint Aignan  
Tél : 02 35 70 47 04 – fax : 02 35 07 64 08  
[www.autocrea.fr](http://www.autocrea.fr)

Service Presse

**PUBLI  
PRESSE**  
[www.publipress.fr](http://www.publipress.fr)

Mathilde Homo  
Relations presse

[mathildehomo@publipress.fr](mailto:mathildehomo@publipress.fr)  
LD : 02 35 707 855  
Mobile : 06 10 66 89 18