

**DÉVELOPPEMENT** ■ La société cussétoise d'objets publicitaires mise sur la technologie et la fabrication française

# Cottel.com imprime sa marque

**Cottel.com imprime sa marque dans le secteur de la conception, la fabrication et la commercialisation d'objets publicitaires, à Cusset.**

**Marlène Lestang**

marlene.lestang@centrefrance.com

Les bâtiments de Cottel.com, à Cusset, ressemblent à une caverne d'Ali Baba des temps modernes, avec plus de 6.000 références d'objets publicitaires : des stylos aux sous-verre en passant par les agendas, les équipements de bureau, porte-clés, porte-monnaie, etc.

Des produits d'importation pour la plupart, mais

pas seulement. Ces dernières années, l'entreprise a investi 900.000 euros dans la création d'un atelier impression quadri et découpe à la forme. Un virage industriel qui lui permet de concevoir, fabriquer et commercialiser ses propres produits.

**« On a démocratisé le sur-mesure »**

« La production est ouverte à partir de 12 pièces plutôt que 10.000. On a ainsi démocratisé le sur-mesure pour les clients qui n'en avaient pas les moyens », explique Franck Allilaire, qui a repris en 2007 la société cussétoise



**BADGES.** En tout, la société de Franck Allilaire propose plus de 6.000 références d'objets publicitaires. PHOTO RAPHAËLE GIGOT

créée en 1948 et qui représente la quatrième génération de dirigeants. « On est aussi passé de 95 % de fabrication étrangère à la reprise à 70 % aujourd'hui. » L'entrepreneur, qui se

présente comme un « fervent défenseur de la fabrication française » (voir par ailleurs), a aussi réalisé, l'an dernier, 500.000 euros d'investissements, dans une machine quadri avec

verniss sélectif et une machine de gravure laser à 360°. « La nouveauté cette année, c'est la 4D. On a cette idée d'investir et se démarquer sur les nouvelles technologies. »

**La réactivité**

Chez Cottel.com, dix-huit emplois en CDI ont été créés en six ans, dont le dernier en février. À son arrivée, Franck Allilaire avait commencé par développer le volet commercial et marketing. « L'entreprise tournait bien mais il n'y avait par exemple pas de commercial sur le terrain. On en a mis, et on a aussi fait un plus gros catalogue et rajeuni les produits. »

Aujourd'hui, la société est ainsi en mesure de répondre vite et bien aux besoins. « À l'échelle européenne, on est parmi les plus réactifs (3 jours en moyenne en 2013, sur 18.000 commandes). C'est une arme essentielle. Souvent, le client final se réveille à la veille de l'événement et il faut satisfaire sa demande dans les 24 heures. » ■

## EN CHIFFRES

**18.000**  
commandes par an.

**30 millions**  
de pièces commercialisées par an via un réseau de 2.500 revendeurs.

**25 millions**  
de pièces en stock.

**5.000**  
m<sup>2</sup> de stockage.

**7 millions**  
de chiffre d'affaires avec une croissance de 40 % dans un marché en recul de 50 %.

**68**  
salariés en CDI, plus un volant permanent de CDD, et jusqu'à 85 salariés de septembre à décembre, quand la société réalise la moitié de son chiffre d'affaires. « Le cadeau de fin d'année est une tendance que l'on voit toujours. »

## Le fabricant de crayons a bonne mine

En plus de Cottel, Franck Allilaire a repris, en mars 2012, à Lay, dans la Loire, la Compagnie française des crayons (CFC), l'unique fabricant français de crayons bois, labellisé « Entreprise du patrimoine vivant ». « Je voulais renforcer l'image de fabricant français, trouver une gamme complémentaire et augmenter la taille du groupe. Aujourd'hui, CFC réalise 1,9 million d'euros de chiffre d'affaires et emploie 20 salariés, dont trois ont été embauchés l'an dernier. » En 2013, l'entreprise a connu une croissance de l'ordre de 20 %.