



PROVENCE PROMOTION

Caiman raconte...



Carrément fort !

Comment gérer une base iconographique, faire respecter des chartes graphiques par des points de vente, diminuer les coûts de création, suivre ceux de production (localisés ou délocalisés) ?... Caiman, créée il y a 18 mois en région parisienne, se propose d'apporter à toutes ces problématiques (et bien d'autres encore !) liées au métier de la communication, une solution unique. Plate-forme de communication éponyme, elle est le premier outil informatique totalement intégré de production et de suivi des outils de communication média et hors média.

Le 22 juin, Caiman inaugurerait officiellement à Aix sa nouvelle implantation pour laquelle Provence Promotion a joué un rôle déterminant. Jean-Philippe Allocio président de Caiman raconte cette aventure "carrément" extraordinaire...



Jean-Philippe Allocio,
Président de Caiman

> Un Caiman très particulier...

Jean-Philippe Allocio : L'histoire commence par la rencontre de trois personnalités complémentaires :

- Fabrice Maury, 15 ans au service de la communication et de l'image,
- Alexandre Krivine, spécialiste en informatique, également créateur de 3 sociétés (et autant de succès !),
- et moi-même, plusieurs fois patrons de grands groupes informatiques nord-américains.

Avant d'élaborer notre plateforme, nous avons observé sur plus d'un an, le monde de la communication, ses mécanismes et ses attentes sous l'œil aguerris de Fabrice Maury. A ce titre, Caiman est réellement novatrice : elle est la seule sur le marché à apporter une réponse globale aux investissements dits de production qui regroupent l'ensemble des intervenants de la chaîne graphique, depuis la phase de création jusqu'à celle d'impression.

Concrètement, Caiman développe une plateforme de gestion des flux de production, dont la finalité est d'automatiser les "business process" depuis la création d'un outil de communication (campagnes publicitaires, PLV, catalogues ou édition...) jusqu'à la commande, avec un triple objectif de simplicité, de fluidité et de rentabilité.

> ... avec un solide appétit...

Ses avantages, qui découlent évidemment de ces trois priorités, sont :

- la réduction des coûts,
 - l'amélioration de la qualité de la communication au sein des filiales,
 - la sécurisation de la communication à l'international,
- sans parler du gain de temps !

Mais Caiman possède encore une autre qualité : la conception de cette plateforme est en effet réalisée avec la volonté de surmonter toute barrière technologique liée à des localisations différentes. L'automatisation permettra de transférer, en quelques clics, toutes les données d'une campagne (charte, photos, droits, traduction, etc.) du marché américain au marché chinois par exemple ! Gain en efficacité mais aussi en qualité : le risque d'erreurs est fortement diminué.

> et une "furieuse" envie de montrer ses dents...

Ces process englobent entre 15 à 20 % du coût total des budgets de communication. La plateforme en soi propose donc une refonte totale du travail avec une accélération des transmissions de documents ou de fichiers au niveau international et, rappelons-le, un allègement très significatif de leur coût.

Ce produit est évolutif par nature. Aujourd'hui, il commence à s'imposer sur le marché. Déjà 40 grands annonceurs l'utilisent en l'état sachant pertinemment que d'autres modules sont en cours de développement. On estime pour les 12 mois à venir à 100 le nombre d'annonceurs intéressés et preneurs de cette nouvelle technologie. Les deux tiers d'entre eux sont français, le troisième tiers provient du marché nord américain. A terme, ce produit est exploitable par tous les grands annonceurs internationaux, leurs fournisseurs et prestataires, quel que soit leur secteur d'activité. Il n'a aucune barrière géographique, puisque son atout maître est justement de casser toutes les barrières technologiques liées aux différences locales.



Caiman raconte...



> ... à Aix, le centre du Sud...

Notre volonté initiale était de s'installer dans la région parisienne... C'était avant notre rencontre avec Provence Promotion. L'agence a su faire pencher la balance pour la région aixoise par la simplicité de son package. En un tour de main, tous les acteurs potentiels ont été réunis autour d'une table, point non négligeable pour une start-up toujours courant après le temps ! La réactivité de l'agence, sa rapidité, son professionnalisme et sa maîtrise de notre problématique ont transformé quelque chose qui nous semblait totalement inenvisageable en possible...

> ... sous le soleil, précisément !

La ville présente des avantages très concrets pour notre business. Outre sa localisation idéale qui permet de nous mouvoir aussi bien en France qu'à l'étranger, sa situation ensoleillée est très attractive pour nos futurs collaborateurs. Quasiment 30 % de notre équipe - formée d'ingénieurs, développeurs, docteurs, etc. - est ou sera internationale. Une touche de séduction - mer-soleil-art de vivre - est un atout non négligeable.

Aujourd'hui, la start-up emploie une cinquantaine de personnes (10 développeurs ingénieurs informatiques sur la région parisienne, une quarantaine "outsourcée" en Bulgarie). Pour les deux, trois mois à venir, nous comptons employer une cinquantaine de personnes sur Aix pour passer à 100 fin 2006.