

ARTHUR CÔTÉ COM'

Arthur Deballon s'épanouit dans les nouveaux locaux d'AVS Communication autant qu'à la présidence du Cerlecom. Pas du genre à s'autoproclamer, le dirigeant est tout de même devenu, à même pas 30 ans, un des rois de la com sur la région.

Ne pas s'y fier ! Bouclettes, lunettes rondes et allure débonnaire, Arthur Deballon n'a en réalité rien d'un jeune premier. Si l'on se fie à son pedigree, il est même plus proche du vieux briscard. La raison est simple : le dirigeant d'AVS Communication, spécialiste en signalétique et impression très grand format, reconnaît volontiers être atteint par une pathologie familiale et (heureusement) incurable, à savoir l'envie d'entreprendre. Son père Éric a créé AVS de toutes pièces, son grand frère Pierre-Henri a co-fondé la startup mondiale de billetterie en ligne Weezevent. Le terreau était fertile !

SE FAIRE APPELER ARTHUR

En 2011, alors qu'il n'avait que 21 ans, il a succédé à son paternel. « Mais on ne m'a pas fait de cadeaux et cela a été dur », certifie Arthur, qui a stabilisé le navire dans un style bien à lui, entre diplomatie et fermeté. Les rachats successifs de Sully Voilerie (confection de toiles, textiles et bâches) et d'Axo Agencement (création de stands) sont jusque-là des paris réussis, aussi. Et l'installation dans des locaux flambants neufs, « qui se plient sur mesure à notre activité », rue de la Brot en zone Cap Nord de



Dirigeant d'AVS Communication depuis 2011, Arthur Deballon pratique un management bien à lui, entre diplomatie et fermeté.

Saint-Apollinaire, confirme ce cap. Passer de 800 à quelque 3 500 m², diriger une équipe de 25 collaborateurs, tout cela ne se fait pas en un claquement de doigts. L'entrepreneur veut s'appuyer sur des bases saines, « ne pas prendre la grosse tête et rester en prise directe avec chaque client ». Être une « usine à gaz » et ne plus maîtriser grand-chose, c'est prendre le risque de se faire appeler Arthur...

MONSIEUR L'ÉPICIER

Le presque trentenaire a de toute façon suffisamment d'autodérision et de recul pour ne pas trop se prendre au sérieux, ainsi qu'en atteste Ross & Witchcraft, le nom de la structure qui englobe son petit groupe d'entreprises, en référence au film culte

99 Francs. Cette attitude est le corollaire d'un « travail d'épicier » comme il aime à l'appeler, à savoir des commanditaires réguliers aux besoins très variés (un peu de tissu, des panneaux, de l'adhésif, de l'agencement de stands...). Arthur perçoit bien les mutations de son métier, « qui migre de plus en plus vers l'événementiel » et subit la loi de l'ultra instantanéité. « Le grand enjeu de demain, ce sera avant toute chose les délais », prédit le chef d'entreprise, dont l'expérience est aussi alimentée par un poste de président du Cerclecom.

PASSER LA MAIN

Il s'y implique avec sincérité. L'association des pros de la communication en région dijonnaise, « parfois vue auparavant

comme un simple club de copains », a pris de l'épaisseur avec 125 adhérents - contre 57 lors de son arrivée. « Le potentiel de développement reste énorme, il doit y avoir entre 1 000 et 1 500 communicants sur la métropole », estime Arthur, qui apprécie au passage les vertus associatives : « J'ai gagné en relationnel, en diplomatie aussi sans doute. Une association demande d'être encore plus attentif aux moindres détails en terme de management, car l'implication de chacun repose sur « la cause », comme je l'appelle. » Ce développement est donc en bonne voie, « mais ce n'est pas assez pour y intégrer un membre permanent ». S'il s'est fixé cet objectif, Monsieur le président, patient, sait que « nous ne sommes qu'au début de l'histoire ». Il faudra s'impliquer encore et encore pour pouvoir confier les rênes sereinement, car Arthur estime « n'être qu'un passeur ». Grand seigneur, avec ça.