



## Retour aux sources pour le créateur de Kapitales

mardi 4 février 2020, par [lpe](#)

Qui n'a pas déjà acheté ou du moins été interpellé par ces tee-shirts floqués "Paris-New York-Tokyo-ma ville" ? Un concept né il y a un peu plus de trois ans dans la tête d'Henrick Thouvenin, Deux-Sévrien d'origine. Le week-end dernier, il était, avec son équipe, à Parthenay, où il a passé son adolescence et plus précisément à La Citadelle, table bien connue localement, dirigée par son ami d'enfance : Ghislain Pacault.

Le retour aux sources, c'est aussi souvent l'heure du bilan. Henrick Thouvenin est né à Rochefort mais a passé toute son enfance dans la région de Parthenay. Il a suivi une scolarité pour le moins "chaotique" avec de nombreux renvois d'établissements scolaires. Très actif dans les milieux culturels, il quitte la Gâtine à 25 ans pour rejoindre Toulouse où il sera notamment "chasseur de têtes." C'est en mai 2016 qu'il a l'idée de ce concept qui le conduira à créer son entreprise à la fin de cette même année.

*"Lors d'un petit déjeuner, ma fille se lève avec un tee-shirt estampillé du nom de grandes capitales et là je me suis dit que ça serait sympa d'y ajouter à la demande le nom de son village, de sa ville. L'idée était née. J'ai un ami graphiste qui crée le visuel avec comme inspiration les tableaux d'embarquement dans les aéroports, un autre ami, Roland, qui a une boutique à souvenirs à proximité, le support idéal pour faire notre étude de marché. Puis c'est la recherche du financement, confrontée à la frilosité des banques. Finalement, après de nombreux refus, l'une d'elles, le CIC, nous fera confiance. La société 31e siècle est créée avec l'enseigne Kapitales et Roland et moi sommes tous les deux associés. Je ne m'étends pas sur les difficultés liées au dépôt de la marque, du concept... Aujourd'hui, nous avons un atelier de sérigraphie, le chiffre d'affaires a été multiplié par deux entre 2018 et 2019 et nous sommes une équipe de 8 personnes, salariés, commerciaux... Damien Chanrion nous a rejoints dans la société, il a en charge les aspects marketing, développement, c'est une belle aventure !"*



Le succès est donc au rendez-vous pour l'enfant terrible de Gâtine qui vit désormais à Albi. Toutefois, il entend bien maîtriser le développement avec une prospection "de terrain" et l'exigence de la norme Ecotex pour les textiles. "Nous devons aussi avoir un regard vigilant sur les commandes, pour éviter les

*messages déplacés ou haineux par exemple."*

Le concept se décline désormais sur des sacs, des bodys et autres bavoirs pour bébés, des mugs... les possibilités sont nombreuses.

Les particuliers sont séduits par la possibilité de faire ainsi la promotion de leur ville à côté des grandes capitales mondiales, mais les entreprises, les collectivités, les clubs de sport... sont aussi des clients potentiels. Le marketing local ou identitaire est porteur !!

CR.

Plus : <https://kapitales.fr>

*Sur la photo : Debout : Ghislain Pacault, le patron de la Citadelle qui a son tee-shirt personnalisé ! Puis de gauche à droite, Damien, Roland et Henrick. Crédits le Petit économiste.*