



Business-model

Sexyavenue.com

L'Amazon du charme en ligne

"Nous sommes tout simplement arrivés sur le bon marché au bon moment." Patrice Macar a le succès modeste. 37 ans, le jeune PDG est pourtant à la tête des belles réussites du Web en Europe. Le marché en question ? Celui du charme. Depuis maintenant 9 ans, Sexyavenue.com surfe en effet sur la banalisation de l'érotisme et l'engouement du grand public pour les produits sexy qui l'accompagnent. Ce site, présent dans 4 pays d'Europe (Italie, Espagne, Royaume-Uni et France) est devenu le leader européen du secteur. Lingerie, sextoys, huiles de massage et autres guides et livres conseils, Sexyavenue enregistre plus de 3 000 transactions

par jour. Il a depuis sa création livré plus de 1 million de clients dans 104 pays. *"Les mentalités ont beaucoup évolué. En France et en Europe, il y a une vraie demande pour des produits haut de gamme et de qualité, en particulier des femmes qui représentent 43 % de notre clientèle"*, analyse Patrice Macar. Dès sa création, la société a su s'affranchir de la caricature du sexshop caché au fin

fond d'une rue sordide en version Web. *"Nous proposons des services et des produits sexy, branchés et ludiques, pour permettre à chacun de s'épanouir pleinement dans sa sexualité. Le tout sur un site soft, agréable et fun et sur-*

tout ni vulgaire ni obscène", précise son PDG. L'une des clés du succès d'un groupe - Dreamnex SA -, qui en mars 2007 a réussi à faire tourner la tête de l'Eurolist. Fort de son business-model et de perspectives à la hauteur, la société y lève 20 millions d'euros dont plus de la moitié par augmentation de capital. *"Avec Sexyavenue, nous avons intégré les fonctions traditionnelles du commerce électronique. Nous vendons des sextoys comme des CD ou des livres"*, explique

cet ancien commercial chez Sony France, son premier job après sa sortie de l'école de commerce parisienne, MBA institute, au milieu des années 90. Ce n'est pas tout. Pour grandir sur son marché, il a vite compris qu'il fallait aller au-delà de la vente en ligne d'accessoires et de produits érotiques. *"Sur Internet le marché du charme est composé d'une multitude de petits acteurs. Pour s'imposer, il fallait donc créer un univers et faire en sorte que l'internaute y reste."*

Sexshop en ligne donc pour construire la notoriété du groupe, mais aussi un service de diffusion de contenu photo ou vidéo, un service de rencontres et un dernier de webcam. Sur le premier semestre 2008, ces 4 activités ont permis à Sexyavenue de dépasser les 35 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et de renforcer son leadership. *"Dans le charme, la barrière à l'entrée n'est pas technologique mais sur la génération de trafic. C'est une spécificité : les inter-*

nautes ne viennent pas de Google mais plutôt des sites affiliés, et nous en avons 5 000", précise Patrice Macar, dont le prochain défi sera de lancer Sexyavenue sur le marché allemand.



"Nous vendons des sextoys comme des CD ou des livres", explique Patrice Macar, son PDG.

"La barrière à l'entrée n'est pas technologique mais sur la génération de trafic"

CHIFFRES CLÉS

Chiffres d'affaires 2007 :

38,9 millions d'euros

Ebit 2007 :

7,5 millions d'euros

Résultat net :

4,6 millions d'euros

Valorisation :

105 millions d'euros

Effectif :

70 salariés

Point mort : 2002

Actionnariat :

Patrice Macar+famille :

28,6 %

Salariés :

22,8 %

Autres :

20 % environ

Public (flottant, Eurolist) :

30 %