



REF: I-2234-20090210110000 - 2009-02-10 11:00:00

Entretien avec Patrice Macar, PDG et fondateur de Dreamnex

La rentabilité qui sera affichée sur le second semestre 2008 devrait correspondre au niveau que nous devrions maintenir sur le long terme

Boursier.com : Comment évoluent les ventes du pôle divertissement ?

P.M. : Le pôle divertissement Dreamnex correspond à la vidéo à la demande et aux webcams, deux offres qui sont très imbriquées. Cet ensemble assure désormais 80% des revenus de Dreamnex. La croissance organique du pôle divertissement a été de 19% sur l'ensemble de l'année 2008 et de 14% sur le 4ème trimestre 2008. La sensibilité est donc très faible à l'évolution de l'activité économique.

Boursier.com : Quelle position occupez-vous sur le marché européen ?

P.M. : Dreamnex est largement numéro un européen de ce créneau. Nous sommes très bien implantés en Belgique et aux Pays Bas. Nous attaquons maintenant le marché des pays nordiques.

Boursier.com : Comment vous rémunérez-vous ?

P.M. : L'abonnement est de 40 Euros par mois. Il permet d'accéder en mode illimité aux vidéos et donne accès à 5 minutes de webcams.

Boursier.com : Les produits semblent avoir davantage souffert de la conjoncture...

P.M. : Cette activité a en effet été affectée sur le quatrième trimestre par les difficultés de la conjoncture. Les ventes ont reculé de 19% sur la période.

Boursier.com : Comment se porte la branche 'rencontres' ?

P.M. : Nous sommes très satisfaits de la montée en puissance de l'activité 'rencontres'. Nous avons d'ailleurs dépassé nos espérances.

Boursier.com : Rentabiliweb est ici un de vos grands concurrents...

P.M. : Ce marché comporte 3 grands acteurs. En dehors de nous, on trouve Rentabiliweb et Easyflirt.

Boursier.com : Que peut-on attendre en matière de rentabilité ?

P.M. : La rentabilité qui sera affichée sur le second semestre 2008 devrait correspondre à peu près au niveau que nous devrions maintenir sur le long terme.

Boursier.com : Etes vous inquiet pour 2009 ?

P.M. : Nous sommes prudents car la crise est grave et profonde. Son impact devrait se poursuivre sur le pôle vente de produits. Le principal relais de croissance porte sur les contenus destinés à la téléphonie mobile.

Christophe Voisin