

Briser les tabous, le défi d'Emma Adjad avec Olympe

Malgré les évolutions de mentalités, il reste un sujet souvent tabou : celui du plaisir au féminin.

Très loin des clichés des boutiques interlopes de quartiers mal famés, l'univers des sex-toys a beaucoup évolué. Mais sur ce terrain, comme sur de nombreux autres, les inégalités hommes femmes sont encore criantes : la plupart des sex-toys ont pour vocation de satisfaire le plaisir du couple, voire juste masculin. Les femmes, elles, ne sont toujours pas la cible prioritaire. C'est pour faire bouger les choses qu' Emma Adjad, 26 ans, a décidé d'entreprendre sur ce marché un rien tabou en fondant Olympe en octobre 2022.

Casser les stéréotypes

Au coeur de la campagne tourangelle, à Veigné (37), la jeune femme a travaillé d'arrache-pied sur son projet : créer une boutique en ligne qui vise à démocratiser la masturbation féminine et l'épanouissement sexuel des femmes. La jeune femme y propose depuis quelques mois des « jouets », des produits de bien-être, de la lingerie et accessoires ainsi que des jeux et livres. Sa valeur ajoutée ? Une expérience d'achat la plus personnalisée possible grâce à un questionnaire afin de trouver le « jouet » le plus adapté, des questionnaires interactifs et même un service de recyclage de certains des objets. « Je n'avais jamais vraiment trouvé un lieu où acheter de tels objets où je me sente à l'aise, confie la jeune femme. Sur les sites en ligne, l'ambiance et le message restent très commerciaux. J'ai donc imaginé un espace en cohérence avec mon approche, mes valeurs, quelque chose de sain, serein et bienveillant, qui s'adresse à toutes les générations de femmes, qu'elles soient en découverte de leur corps, en phase de post-partum, qu'elles souffrent d'endométriose, etc. » Dans cette optique, les visuels du site présentent toutes les féminités, et pas une image stéréotypée du corps féminin.

Pour différencier le site chezolymp.com de la concurrence, Emma mise sur une communication et une offre bienveillante : « J'alimente un blog afin de créer un échange avec les clientes, tout en leur apportant des conseils. La notion de sororité est au coeur du projet, afin que nous puissions toutes nous entraider et échanger. » D'ailleurs, si la boutique d'Emma s'appelle Olympe, et non Emma, c'est d'abord en hommage à Olympe de Gouges, l'une des pionnières du féminisme. Mais aussi un clin d'oeil aux déesses, clin d'oeil que l'on retrouve dans les visuels du site.

Un financement compliqué

Derrière l'idée, il y a aussi et avant tout une entreprise qu'il a fallu monter. Un BTS Management des Unités Commerciales permet à la créatrice d'avoir de solides compétences en gestion et en management. Afin de mieux connaître le marché, elle a travaillé quelques mois dans une enseigne de sex-toys : « J'ai pu y vérifier que la plupart des clientes ne venaient que sur les « conseils » de leur conjoint... » En 2022, elle suit une formation de BGE sur la création d'entreprise, afin d'approfondir son étude de marché et de bâtir son business plan

Alors que l'équipe BGE se montre enthousiaste face à ce projet original, Emma est confrontée à un obstacle de taille : celui du montage financier, alors qu'elle a besoin de 45.000 euros pour se lancer. Elle fait le tour de toutes les banques tourangelles, essuyant refus sur refus. « La plupart me disaient que mon projet était rentable, que je réussirai... mais ne m'accordaient pas de prêt, car le créneau du sexe, comme celui du CBD et des discothèques, n'est pas bien vu. » Elle finit tout de même par convaincre la Société Générale, dont l'agence locale avait déjà financé des boutiques sur ce créneau. « En revanche, on m'a clairement dit que les ventes de produits bien-être à base de CBD ne devaient pas dépasser un certain seuil de mon chiffre d'affaires, et j'ai dû m'y engager par écrit. » Emma finit par décrocher un prêt de 34.000 euros, avec un apport personnel de 20 %. Elle obtient en parallèle un prêt d'honneur de 6.000 euros d'Initiative Touraine. Défi relevé pour celle qui a défendu son projet face à une vingtaine de personnes, dont une large majorité d'hommes d'une quarantaine d'années, où les rires ont été plus nombreux que le réel intérêt professionnel.

- Photo Olympe

Contourner la censure

Olympe a officiellement vu le jour début 2023. L'activité démarre en douceur, pour un prévisionnel de 166.000 euros de chiffre d'affaires en année 1, notamment parce qu'il est difficile, comme le note Emma Adjad, de se faire connaître et bien référencer pour un tout nouveau site. Pour contourner cette difficulté, la créatrice multiplie sa présence sur des festivals, des événements privés, des pop-up dans des magasins de Tours. « J'ai également noué des partenariats avec d'autres marques, une naturopathe, une photographe. »

Même lancée, l'entrepreneuse doit continuer à faire face à des préjugés. Cruciale, la question du référencement est rendue plus compliquée par la censure. « Je suis floutée par l'algorithme d'Instagram. Je dois trouver des stratégies de contournement, en faisant attention aux mots que j'utilise, aux photos que je poste. Je ne peux pas non plus faire de publicité payante sur ce réseau. L'outil de terminal de paiement que j'utilisais m'a également censurée... »

Au-delà de sa démarche entrepreneuriale, Emma se veut proactive dans l'univers du bien-être, de la sexualité et plus globalement des droits des femmes. Bénévole au Planning Familial, Emma est aussi

ambassadrice de l' association « Jouissives », communauté de femmes consacrée à la connaissance sur le féminin. Une approche globale payante qui lui a permis d'être lauréate Talent BGE 2023.



https://business.lesechos.fr/medias/2023/09/01/352609_briser-les-tabous-le-defi-d-emma-adjad-avec-olympo-web-tete-090969367555.jpg

par Valerie Talmon

