



**INITIATIVE
JULIE MEUNIER**

Touchée par un cancer alors qu'elle avait 27 ans, elle a créé Les Franjynes, une gamme de turbans et de franges pour rester jolie pendant les traitements. Elle vient d'ouvrir sa boutique.

NOUVEAU

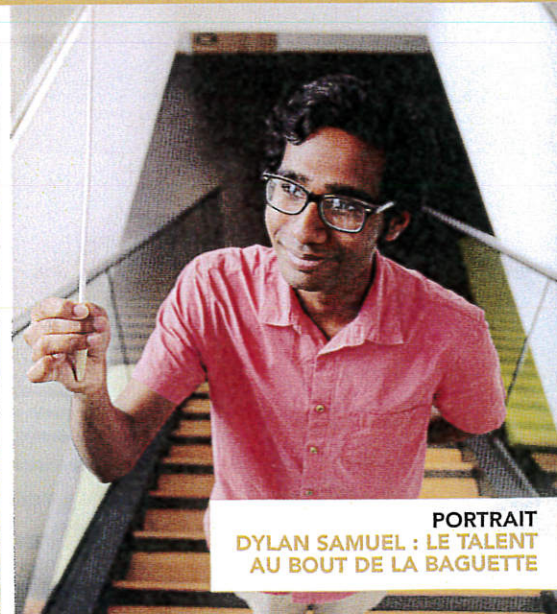
#NOUS

Soyons fiers de nos territoires avec **nice-matin**

N°10 - SUPPLÉMENT DE NICE-MATIN DU SAMEDI 7 JUILLET 2018 - NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT



RÉUSSITE
MONPETITBIKINI.COM OU
LES SECRETS D'AUDREY



PORTRAIT
DYLAN SAMUEL : LE TALENT
AU BOUT DE LA BAGUETTE

Monpetitbikini

PAR VINCENT BELTRAN

(vbeltran@nicematin.fr) @Vince009_83

LES FICELLES DU SUCCÈS

Plus jeune, elle rêvait d'être écrivain. Aujourd'hui, Audrey Lieutaud-Monleau est devenue une brillante femme d'affaires à la tête d'un site qui cartonne. Son univers : les maillots de bain pour femmes et enfants. La Grassoise revient sur les dessous d'un formidable essor.

Février à Paris. Déjeuner entre copines au cœur de l'hiver. « *Toi qui bosses dans la mode, sais-tu où l'on peut trouver un maillot de bain ?* » La question remonte à presque une décennie. L'intéressée se heurte rapidement à la complexité de la requête.

« *Il était impossible d'en dégoter à cette période de l'année* », se remémore la Grassoise Audrey Lieutaud-Monleau, p.-d.g. fondatrice de Monpetitbikini.com, site leader de la vente en ligne de maillots de bain pour femmes et enfants en France. Un empire fondé sur une idée. Une idée simple, semée dans la fraîche capitale, que personne dans le pays n'avait creusée. Restait alors à la faire germer. Mais avant même de la sentir pousser ou d'entrevoir les prémices du succès, un long périple attendait Audrey. « *À l'époque, nous étions en pleine explosion des offres de voyage de dernière minute sur Internet et de plus en plus de touristes partaient au soleil entre novembre et mars. Une pratique qui se démocratisait alors qu'auparavant celle-ci était réservée aux classes sociales les plus aisées* », explique-t-elle. Seul hic, pas de maillot pour que l'hiver soit chaud.

LES CARTONS ENTASSÉS DANS LE GARAGE DE PAPA ET MAMAN

« *J'ai donc effectué une étude de marché, notamment à l'étranger, en Australie et aux États-Unis. Les sites spécialisés existaient déjà. Mais pas en France. Le créneau était à prendre. Et aussi, il y avait un peu toujours les mêmes marques. Souvent, je me retrouvais l'été à la plage avec un maillot similaire à celui de ma voisine.* » Pour pallier cette monotonie du bikini, les souvenirs de voyage, de l'enfance à l'adolescence, sonnent comme une évidence. Née à Marseille, Audrey a grandi à Grasse avec une maman réunionnaise, d'où son appétence insulaire. Le soleil et le clapotis des vagues : trait

d'union entre la Méditerranée et l'océan Indien. Plus qu'une habitude, certaines îles lui étaient familières. « *Là-bas, il existait une multitude de belles marques, avec des coloris plus diversifiés, inconnues ici. J'ai eu l'envie de les importer.* » Elle, qui se démarquait déjà par la forme, souhaitait soigner aussi le fond. En deux clics, le client se trouverait plongé au cœur des griffes. Mais pour y parvenir et tracer son sillage, la voie ne s'apparentait pas à un long fleuve tranquille. Seule à la barre, la première année, Audrey a quitté un très bon poste chez Les Néréides (marque de bijoux fantaisie de luxe) à Paris – en provoquant notamment

« Lorsque l'on se fixe un objectif élevé, avec de la détermination, ça peut marcher. »

l'inquiétude et les doutes de sa mère – pour se retrouver, faute de moyens, dans son nouveau bureau : le garage de ses parents à Grasse à 24 ans. Le gouvernail en place, il lui restait à tenir le cap, la tête levée, fixant ses ambitions à l'horizon. Et assez rapidement, papa et maman lui ont demandé de larguer les amarres. Les voitures ne rentraient plus dans le garage et il était devenu impossible de s'y mouvoir. « *J'avais accumulé trop de stocks et les cartons s'entassaient* », se souvient-elle, nostalgique. Le foc et la grand-voile gonflés à bloc par le souffle d'une aventure balbutiante mais trépidante.

UNE TRENTAINE DE MARQUES

« *Avec cette idée bien ancrée et définie, je m'étais dit que je deviendrais le premier acteur en ligne de maillots de bain sur Internet. Et lorsque l'on se fixe un objectif élevé, avec de la détermination ça peut marcher.* » Une success-story qui traduit un travail acharné. « *Encore aujourd'hui, on ne s'arrête jamais* », avoue-t-elle.

Le site lancé en décembre 2010 – au chiffre d'affaires dépassant aujourd'hui les 2,3 millions d'euros en 2017 ⁽¹⁾ – propose désormais une trentaine de marques venues du monde entier : de France avec Aubade et Banana Moon, d'Australie avec Seafolly, du

#PARCOURS

1984

> Naissance à Marseille. Elle passe son enfance et son adolescence entre Grasse et l'île de La Réunion (son père est Marseillais et sa mère Réunionnaise).

1995 à 2002

> Collège Canteperrin à Grasse et lycée Amiral-de-Grasse avant de suivre une prépa HEC à Aix-en-Provence puis d'intégrer le Skema Business School à Sophia Antipolis (école supérieure de commerce). Elle est titulaire d'un Master relatif au monde du luxe et de la mode.

2006-2010

> Premier emploi chez LVMH (luxe) avant d'être recrutée chez Les Néréides (bijoux de luxe) où sa chef Pascale Amadeo lui transmet le virus de l'entrepreneuriat.

Décembre 2010

> Lancement du site Internet Monpetitbikini.com.

2011

> Monpetitbikini.com est incubé au Skema Business School.

#ÉQUIPAGE

> Aujourd'hui, l'entreprise compte quatre CDI, plus Audrey Lieutaud-Monleau, la p.-d.g. fondatrice, une dizaine de CDD, qui gèrent notamment les différents pop-up stores (boutiques physiques éphémères) à Cagnes-sur-Mer, Marseille, Paris et Bordeaux et trois stagiaires.



(Photos Franz Chavarache)

#RÉSEAUX SOCIAUX

> Instagram est la force de frappe de l'entreprise. Plus de 100 000 personnes suivent les pages du site et celle d'Audrey.

> La collaboration avec Noholita est aussi bénéfique pour Monpetitbikini puisque la blogueuse a plus de 650 000 fans.

> Facebook : Monpetitbikini.com. Instagram : @monpetitbikini.

Brésil avec Rio de Sol, de Colombie avec Maaji... « Mais depuis trois ans maintenant, on a également nos propres marques : Monpetitbikini et Noholita by Monpetitbikini [une des plus grandes blogueuses mode nationale, ndlr] fabriquées entre le centre de la France et l'île Maurice », poursuit-elle. Il s'agit d'une griffe tendance à petits prix, dessinée par Audrey, pour la première. Celle-ci propose des modèles en mix and match – possibilité de dépareiller bas et hauts avec des motifs, des formes et des couleurs variés – destinés à toutes les morphologies. Niveau budget : comptez un peu moins de 30 euros en entrée de gamme. La seconde, signée par la blogueuse et imaginée par les deux jeunes femmes, a une identité « plus créateur » assez pointue et des coupes sexy. Les tarifs fluctuent entre 49 et 69 euros. « Cela reste abordable, j'aime que tout le monde puisse se faire plaisir sans

que le prix ne soit une réelle barrière. », souligne Audrey. Sans oublier les deux piliers de l'entreprise : la communication (très ciblée sur les réseaux sociaux) et l'innovation. Cette année, Audrey et son équipe ont lancé quatre pop-up stores – des boutiques physiques éphémères – à Cagnes-sur-Mer, Marseille, Paris et Bordeaux lors de la période estivale.

« Ô capitaine ! Mon capitaine ! » – comme l'écrivait Walt Whitman –, le vaisseau Monpetitbikini fend les flots en quête de nouvelles contrées. Tandis que sur le pont, Audrey Lieutaud-Monleau aime à penser, même en été, qu'il fait bon naviguer. Sur-tout quand vient l'hiver.

1. Plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en sept ans et plus de 200 000 commandes ont été livrées depuis la création du site (soit quelque 500 000 maillots de bain vendus).

DU TAC AU TAC

Une pièce ou deux-pièces ?

Une pièce, c'est la tendance.

Uni, bicolore, avec motifs...

Avec motifs. Des fleurs ou un logo.

Accessoires assortis ?

Bien entendu ! (rires).

Galets ou sable ?

Sable.

Plages des Alpes-Maritimes ou du Var ?

Des Alpes-Maritimes ! Ma favorite : la plage du Palm Beach à Cannes.

Et pour les hommes : short, boxer ou slip de bain ?

Short uni avec une couleur flashy.



#INFORMATIONS

> Monpetitbikini. 352, chemin de la Nartassière. 06370 Mouans-Sartoux.

> Ouvert le lundi de 11 h à 19 h et du mardi au samedi de 10 h à 19 h.

> Tarifs : maillots de bain entre 30 € et 150 € (frais de port offerts à partir de 60 € d'achat sur le site et échange gratuit sous 15 jours). D'autres produits sont également en vente : serviettes, chapeaux de plage, futas, sacs, pochettes et paniers de plage personnalisés, porte-clés, tongs, bouées gonflables, bracelets, colliers, paréos, etc.

> Rens. monpetitbikini.com 04.93.75.35.28.

> Il existe quatre boutiques éphémères lors de la période estivale : à Cagnes-sur-Mer (centre commercial Polygone Riviera), à Marseille (centre commercial du Prado), à Paris (dans le 3^e arrondissement) et à Bordeaux.