



**LOISIRS EN LIGNE**

## Happy Time vise une place au soleil

Convaincu du **POTENTIEL PROMETTEUR DES LOISIRS EN LIGNE**, Charles Beigbeder est l'actionnaire majoritaire de cette jeune pousse.

« C'EST EN PARTANT de mon expérience de consommateur que je me suis aperçu qu'il restait encore beaucoup à faire en matière de vente de loisirs », explique Charles Beigbeder, le président de Poweo, le fournisseur alternatif d'énergie. Son holding personnel, Gravitation, est actionnaire majoritaire d'Happy Time, société dirigée par Benoît Sineau, créée en 2008. Leur objectif est de rendre possible la réservation en ligne d'une sélection de loisirs dans toute la France.

« Il n'y avait pas d'acteur technologique capable de proposer du loisir en ligne », assure l'entrepreneur. Selon lui, la technologie de sa centrale de réservation est unique. Tout d'abord, elle permet de connaître instantanément les disponibilités. Si pour la date voulue, tout est complet, des solutions alternatives sont proposées. L'offre de ce site a été renforcée en 2008 par le rachat de la société Happy Box, l'un des challengers du secteur des coffrets cadeaux, qui était déjà partenaire du site. Ensemble, les deux sociétés, dont l'activité est complémentaire, ont pu affiner les critères de sélections des prestataires retenus. « La difficulté est de faire le tri dans une offre extrêmement large », observe Charles Beigbeder. Les deux sociétés disposent au total d'une base de données de plus de 4.500 prestataires répartis dans toute la France.

### ■ ÉQUILIBRE ESPÉRÉ EN 2012

La société se fixe un objectif « raisonnable » d'atteindre l'équilibre en 2012 grâce à un volume d'affaires de 50 millions d'euros (à comparer à un marché du loisir estimé en France à 1 milliard d'euros), soit en nom propre, soit



BLOOMBERG NEWS

### Il n'y avait pas d'acteur technologique capable de proposer du loisir en ligne.

Charles Beigbeder,  
président de Poweo.

sous marque blanche, car « beaucoup d'acteurs du Web cherchent à enrichir leur contenu ». Pour donner toutes les chances de réussite à cette société, Charles Beigbeder n'hésite pas à mettre sa notoriété au service de sa pépite et ainsi convaincre des partenaires de référencer son offre. « Construire une marque coûte cher », constate, pragmatique, l'entrepreneur. Si tout se déroule comme prévu, en 2012, la société se tournera vers les touristes étrangers visitant la France pour leur proposer des activités lors de leur séjour en France.

HÉLÉNA DUPUY