



ADOPTTEUNMEC.COM RENCONTRE DU ÉNIÈME TYPE

Sur ce site Internet, les femmes font leur sex-shopping en toute liberté. Et le mâle n'a qu'à bien se tenir !

PAR MARIE ADAM-AFFORTIT

A 8 ans on adopte un hamster, à 12 la coupe de cheveux de Justin Bieber, à 15 une attitude rebelle et, dès 18, un mec. Elles en rêvaient, Adoptteunmec.com l'a fait, sonnait le glas de l'hypothétique rencontre à la cafet' ou à la Fête des voisins. Exit la honte et les conventions old school. Bienvenue à l'amour 2.0 via ce site de rencontres réservé à celles qui, derrière leur écran, peuvent « shopper » un homme sans risque de passer pour des agitées du string ou de finir entre les mains d'un psychopathe. Chez Adoptte, véritable phénomène de société, la cliente est reine. Ici, les jeux de l'amour et du hasard se nouent à l'envers. Madame sélectionne, monsieur attend. Il propose, elle dispose. La quête du Graal, pour celle qui fait le désespoir de sa meilleure copine surcasée « qui n'a plus personne à lui présenter depuis des lustres », est à portée de clic.

Un créneau en or massif pour les deux petits futés de 33 ans Florent et Manuel, cofondateurs du site. En quatre ans leur chiffre d'affaires est passé de 2,5 à 9,4 millions d'euros pour 5,6 millions d'inscrits dont 600 000 membres actifs qui échangent mensuellement 18 millions de messages. Le filon n'est pas près de s'épuiser, puisqu'ils sont aujourd'hui 15 millions de célibataires à la recherche de leur moitié pour une vie ou une nuit, ou plus simplement d'une oreille compatissante un soir de blues. Le concept est ludique et vise le créneau consumériste. Le logo d'Adoptte, une femme jetant un homme dans son chariot, est sans ambiguïté. Ici, les filles font leurs courses intimes comme elles le feraient au supermarché au rayon yaourts. Les produits, estampillés du visa contrôle qualité, sont garantis. Les fiches descriptives vantant les doux mâles sont passées au détecteur anti-mytho, anti-porno, anti-tout ce qui paraît suspect. Un produit avarié ira immédiatement à la décharge. La cliente est rassurée.

L'homme objet a des arguments pour se vendre : « Avec moi, ça déménage, mais je sais aussi faire le ménage et le repassage », annonce Victor. Moins gros bras, Hugo prévient : « Si tu ne sais pas qui est Camus ou Sartre, passe ton chemin. Il y a un minimum quand même. » Chacun son style. Sofiane, 19 ans, pose ses conditions avant de basculer dans le panier de la future « shoppeuse » : « Tu regardes "Secret Story" ? Tu adores Benjamin Castaldi ? Tu aimes



Rihanna ? Alors désolé, je ne suis pas pour toi. » On l'aura compris, Adoptteunmec.com propose du choix. Le stock est vaste, l'arrière-boutique étant réapprovisionnée quotidiennement avec plus de 1500 « produits ». On y trouve du beau gosse à gogo. Décomplexées, les chercheuses de jolies têtes bien faites peuvent accéder à la bonne affaire. L'idéal

L'idéal masculin est désormais à portée de clic, pour toutes !

masculin est forcément en rayon : le roux, le dandy, le barbu, le tatoué, le percé, le romantique, le surfeur et aussi des « produits régionaux » comme le Corse ténébreux. De quoi faire du lèche-vitrines en toute sérénité. La cliente clique, le produit élu répond par l'icône « charme ». Elle peut alors dialoguer librement avec lui. L'affaire est engagée. Si bien que, depuis 2008, 287 bébés Adoptteunmec.com ont vu le jour.

Toujours plus innovant, le site s'est récemment offert une boutique éphémère à Paris qui vient de recevoir le Grand Prix événementiel du marketing. Une boutique qui ne vend rien, mais qui propose ses plus beaux « proto-types » en vitrine en chair et en os dans des boîtes roses capitonnées, tels des Ken attendant leur Barbie. Tous consentants, bien sûr, l'aventurier et son fouet, le rockeur et son Perfecto, le chic et son costume, l'éventail est large. Venues entre copines, les filles matent, chuchotent, gloussent et notent le numéro d'identification du bellâtre. Ce soir-là, c'est le mécano en marcel blanc si sexy qui était en tête de gondole. Qui ne rêverait pas de repartir au bras d'un dépanneur du cœur. ■

