

Gustave & Rosalie lève 500 000 euros pour développer sa marque et ses services

Gustave et Rosalie, c'est le pure player dédié aux couples parisiens. Aujourd'hui devenu un groupe qui mêle différents services, G&R media group annonce une première levée de 500 000 euros pour développer sa marque et se déployer à l'international.

D'un média créé en 2012 pour s'adresser aux couples parisiens, Antoine Constantin et Paul Polyakov, deux anciens financiers, ont rapidement donné naissance à un groupe qui mêle média et e-commerce. Aujourd'hui, après le test à succès de leur box cadeau La Petite Attention, le groupe annonce avoir levée 500 000 euros auprès de Kima Ventures, d'Iron Capital et de business angels, pour asseoir davantage la marque et se déployer à l'international.

L'histoire de Gustave & Rosalie commence avec une newsletter, une manière plus intimiste de trouver sa place dans le quotidien des lecteurs tout en créant un rendez-vous. Dénicheurs de bons plans, Gustave & Rosalie, le couple fictif qui incarne un ton, une histoire et qui porte la marque, réussit à séduire plus de 150 000 lecteurs. Leur cœur de cible : les 25/35 ans, une cible exigeante et qui demande un discours particulièrement ajusté à leurs besoins et à leurs envies. « *Personne n'avait alors visé cette cible en particulier, il y avait un créneau à prendre. Épicuriens parisiens, nous avons envie de partager bons plans et adresses insolites sans segmenter selon le genre. Inspirés par la série "un gars, une fille", cette audience mixte avait du sens* », commentent les fondateurs. Récemment, une nouvelle newsletter « Hector », dédiée aux jeunes parents, est venue également compléter la famille.

Média et e-commerce, le couple gagnant

Dès le départ, le média propose aux marques un modèle hybride et commercialise son savoir-faire auprès d'annonceurs tels qu'Hermès, SNCF, Martini, Asos etc. C'est en 2015 que le groupe se penche sur l'e-commerce et lance La Petite Attention, un cadeau soigneusement choisi par Gustave & Rosalie à offrir à son(sa) cher(e) et tendre. Une nouvelle conciergerie numérique qui met fin au casse-tête du cadeau grâce à un modèle d'abonnement à 40 euros par mois. Chaque boîte, qu'elle soit pour lui ou pour elle, contient un cadeau de créateur déniché avec soin par l'équipe de Gustave & Rosalie. Des étoiles montantes mais aussi de célèbres créateurs comme Agnès b viennent chaque mois combler les attentes des abonnés. Après une année concluante, l'augmentation de capital permettra d'améliorer la box en intégrant de nouvelles fonctionnalités telles que le choix du cadeau, la livraison express mais aussi et surtout, le déploiement à l'international.

« En 4 ans, nous avons construit un groupe media avec un modèle rentable et une croissance annuelle de 150%. Des investisseurs importants ont accepté de nous accompagner pour nous aider à franchir un nouveau palier. Notre objectif est de créer une marque qui sera encore là dans 5 ou 10 ans et nous avons les meilleurs partenaires pour cela »

Antoine Constantin, cofondateur du média Gustave & Rosalie

Les fondateurs entendent bien devenir une référence pour les médias modernes. Le plus important pour eux ? « Maîtriser toute la chaîne de valeurs en interne avec une équipe edito, un studio de création et une régie publicitaire créative ». Pour aller encore plus loin et atteindre ses objectifs, le groupe prévoit des recrutements de profils créatifs, motion design, production vidéo mais aussi le développement de nouvelles thématiques, à la manière de la verticale « famille » adressée par Hector, une newsletter qui touche aujourd'hui plus de 10 000 abonnés et qui affiche un taux d'ouverture moyen de 80%.

« Nous avons toujours fonctionné par étape avec un vrai business modèle monétisable à la clé. On a grandi petit à petit avec une communauté fidèle qui évolue tous les jours. La société a trouvé son équilibre en 2015 et vise plus de 1M de CA en 2016. »