



LA MAISON
DORCEL

En l'espace de quatre décennies, Dorcel est devenu un acteur majeur du plaisir pour tous. Aujourd'hui présent dans plus de 75 pays comme marque référente du plaisir sexuel chic, Dorcel permet à toutes et tous de faire plaisir et de se faire plaisir sexuellement, de manière libre et positive. La société française qui s'engage pour un plaisir adulte éthique et responsable (protection des mineurs, chartes éditoriale et déontologique...), fait fantasmer ses client.e.s du monde entier grâce à ses accessoires et divertissements dédiés aux plaisirs (fabricant et distributeur de sextoys via son réseau de magasins et son site e-commerce mais aussi grâce à ses productions, ses chaînes TV et services VOD haut de gamme). Acteur majeur de l'innovation en matière de plaisir sexuel dès 1979 avec la VHS, puis la VOD, son concept store ou encore ses podcasts. Dorcel est depuis sa création à l'avant-garde de l'innovation au service du plaisir.





SOMMAIRE

1 À PROPOS DE DORCEL

- A HISTOIRE
- B MISSION
- C VALEURS
- D CONVICTIONS
- E RESPONSABILITÉS
- F INNOVATIONS

2 ACTIVITÉS MÉDIA

- A PRODUCTION
- B CHÂÎNES TV
- C PLATEFORMES VOD
- D LICENCING
- E MAGAZINE
- F EGÉRIES

3 ACCESSOIRES PLAISIR

- A SEXTOYS
- B LINGERIE
- C BIEN-ÊTRE
- D E-COMMERCE
- E BOUTIQUES

D1

À PROPOS DE DORCEL

A. HISTOIRE

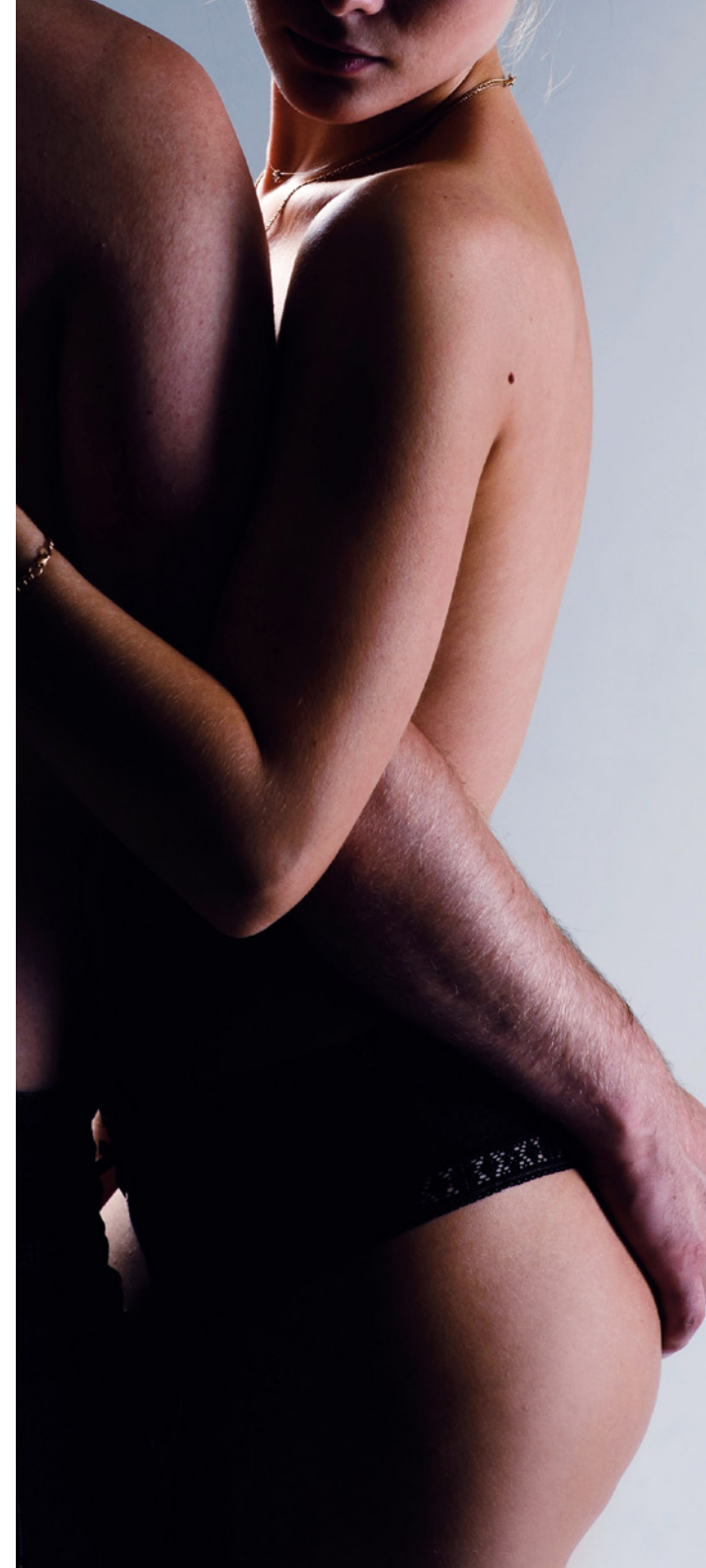
L'histoire du groupe Dorcel, c'est d'abord celle de son fondateur, Marc Dorcel, un esthète et artisan, perfectionniste et attaché au beau et au bien fait. Après plusieurs déboires, ce passionné de dessin se lance sans un sou en poche dans la vente par correspondance de littérature érotique. **A la fin des années 1960**, il commence par des grands classiques puis édite ses propres recueils, avant de passer au roman-photo. Mais la censure veille et Marc doit jouer au chat et à la souris avec elle, entre interdictions et amendes. Marc Dorcel parviendra tout de même à lancer le tout premier roman-photo érotique français en couleur. Il découvre alors le monde de l'image à travers lequel il peut exprimer pleinement sa vision perfectionniste de l'érotisme luxueux.

Début des années 70, Marc Dorcel s'installe Boulevard Magenta, à Paris, et ouvre sa première boutique nommée « La coupe d'étoile » dans laquelle il proposait ses romans photos ainsi que quelques sextoys. Les produits n'étant pas aussi développés qu'aujourd'hui, leur qualité n'arrivait pas à le satisfaire, la vente de ces produits est donc restée accessoire.

En 1974, alors que la censure commence à s'assouplir, l'entrepreneur s'installe dans de nouveaux locaux, rue de Sèvres. C'est là qu'il va croiser quelques années plus tard par hasard, et sans doute un peu par chance, deux réparateurs de magnétoscopes. En discutant avec ces nouveaux voisins va naître une idée inédite : celle de retranscrire en vidéo ses éditions sur papier glacé.

En 1979, un an à peine après l'arrivée de la VHS en France, sort le premier film X produit et réalisé par Marc Dorcel qui sera aussi le tout premier film X tourné en vidéo.

**Le succès est rapide,
Vidéos Marc Dorcel est né.**





La forte accélération de l'équipement en magnétoscopes des ménages attire rapidement sur le marché français des productions X américaines de haute qualité technique tournées au format 35 mm. Nous sommes **au milieu des années 80**, et Marc Dorcel, qui n'est pas du genre à se reposer sur ses lauriers, fait ses valises pour Las Vegas. Il en ramène quelques perles qui vont plaire au public français mais il revient surtout avec la conviction renforcée que qualité et rigueur sont la clé d'un succès durable.

Quand certains concurrents se contentent de produire à la chaîne des films bon marché, Marc Dorcel privilégie la qualité et s'attache à une certaine idée de l'érotisme à la française en faisant fantasmer les spectateurs dans chacune de ses productions. Ses mots d'ordre sont qualité, exigence et beauté. Désormais, le succès de ses films dépasse les frontières françaises. Les productions Marc Dorcel sont connues et appréciées dans plus de 25 pays.

Au milieu des années 90, Marc Dorcel décide de signer son premier contrat d'exclusivité avec une actrice X. Laure Sainclair deviendra l'une des premières véritables stars du cinéma pour adultes en France et en Europe. La société continue aussi son déploiement à l'international. Désormais, Marc Dorcel est un fournisseur de fantasmes et de plaisir dans plus de 56 pays dans le monde notamment à travers la diffusion de ses films sur les chaînes de télévision, canal de démocratisation du X.

La société prospère en pariant sur les dernières innovations en matière technique, bien souvent avant les majors du cinéma traditionnel. C'est ainsi que Marc Dorcel lance son premier cédérom, puis son premier DVD multilingue et l'une des toutes premières plateformes de VOD en France. A la pointe des nouvelles technologies, la société additionne les succès et les savoir-faire. Les équipes s'étoffent, les partenariats fleurissent, la croissance est permanente.

Sur le plan éditorial aussi, Dorcel sait capter l'air du temps.

Au début des années 2000, la société développe ses séries Pornochic avec un nouveau réalisateur, Hervé Bodilis. Les budgets de production explosent, les ventes aussi notamment avec la production de blockbusters et de projets spéciaux. **En 2006**, déjà leader du marché de la vidéo à la demande, Dorcel lance sa première chaîne TV paneuropéenne. Trois ans plus tard, ses programmes sont diffusés par plus de 50 opérateurs à travers toute l'Europe. Dorcel travaille avec les actrices et acteurs les plus talentueux et emblématiques d'hier et d'aujourd'hui, français et étrangers. Katsuni, Anna Polina, Anissa Kate, Manuel Ferrara, Rocco Siffredi, Cléa Gaultier, Angela White, Mia Malkova, Adriana Chechik, Emily Willis ou encore Lana Rhoades sont au générique de ses films aux succès à la fois commerciaux et médiatiques.



Parallèlement, Dorcel poursuit ses diversifications et lance Dorcelstore, un concept unique de boutiques de divertissements pour adultes, tournées vers le bien-être sensuel haut de gamme. Ces boutiques s'adressent aux couples, aux femmes et aux hommes de tout âge. L'ambiance et la décoration au design épuré mais chaleureux y ont été étudiées avec soin, pour que chacun puisse y trouver son plaisir sans aucune gêne et laisser libre cours à ses fantasmes. Lingerie, sextoys, lubrifiants, jeux et accessoires coquins agréables et accessibles : les Dorcelstores proposent plus de 2500 références soigneusement sélectionnées d'articles ludiques et sensuels aux packagings soignés, laissant libre court aux envies et fantasmes de ses clients. Dorcel y propose également ses propres lignes d'accessoires du plaisir : Sextoys, lingerie, lubrifiant et huiles de massage... toujours de qualité, sophistiqués, destinés au plaisir et accessibles au plus grand nombre.

Au milieu des années 2000, Dorcel lance également ses magazines dans tous les kiosques et poursuit la diversification de ses activités avec ses premières productions X immersives en 3D full HD.

Plus récemment, Dorcel a lancé le tout premier service d'intelligence conversationnelle softporn, sur la plateforme Dorcel Podcast. Ces dernières années, l'entreprise a pris la parole sur plusieurs sujets sociétaux, faisant partie intégrante des valeurs du groupe, tels que : la protection des mineurs, le respect

des données personnelles, une tarification et des engagements clairs mais aussi la réglementation des accessoires sexuels en collaboration avec l'AFNOR.

Dernièrement, Dorcel s'est mobilisé pour initier et financer la première charte déontologique pour les productions X françaises. Ce positionnement et ces valeurs se retrouvent au travers des campagnes de communication de la marque, récompensées de nombreuses fois, **notamment en 2021** avec un prix du Design, pour son Calendrier des Plaisirs, décerné par LSA Conso.

La communication de Dorcel propose un storytelling et un univers de marque forts et différenciants qui invitent à découvrir de multiples plaisirs.

En l'espace de quatre décennies, Dorcel est devenu un acteur majeur du plaisir pour tous. Aujourd'hui, présent dans plus de 75 pays comme marque référente du plaisir sexuel chic, Dorcel permet à toutes et tous de faire plaisir et de se faire plaisir sexuellement, de manière libre et positive. L'entreprise française s'engage pour un plaisir adulte éthique et responsable. Aujourd'hui, Dorcel, c'est une centaine de talents aussi bien dans la production, l'image, la conception et la vente d'accessoires de plaisir, la communication et l'innovation qui s'attachent à développer le savoir-faire, la qualité et le positionnement premium de la marque créatrice de jouissance et de fantasmes pour tous.

B. MISSION

Dorcel est un créateur et fournisseur de plaisir.

Sa mission est d'offrir à toutes et tous la possibilité de se faire plaisir et de faire plaisir sexuellement, de manière libre et positive ; au travers des fantasmes et expériences premiums que la marque propose.

C. VALEURS

RESPECT : Dorcel est une société française, qui opère en toute transparence dans le respect des institutions et des lois en vigueur. La marque veille également à rester à l'écoute de ses parties prenantes et sait prendre en considération les enjeux de son environnement. C'est pourquoi, le leader européen des plaisirs pour adultes ne propose à ses clients que des produits et services sûrs, vérifiés et de qualité premium.

ENGAGEMENT : La marque est pleinement engagée pour le droit, entre adultes consentants, de jouir d'une sexualité libérée, respectueuse de chacun et des lois. Dorcel est une entreprise où les valeurs humaines et sociétales ont une place très importante. La marque est très engagée et n'hésite pas à se remettre en question régulièrement



pour toujours être en adéquation avec les évolutions de la Société. La marque française qui s'engage pour un plaisir adulte éthique et responsable n'hésite pas à mener des actions pour la protection des mineurs, la mise en place de chartes éditoriale et déontologique, la création de normes ou encore la protection des données personnelles.

GÉNÉROSITÉ : Pour la marque, plaisir et générosité sont deux notions intimement liées, Dorcel veille donc naturellement à être généreux envers toutes ses parties prenantes : clients, partenaires, collaborateurs ou tout autre adulte. La marque

accompagne quotidiennement les adultes dans leur quête de jouissance avec des actions concrètes comme la création de moments privilégiés pour les clients ambassadeurs et collaborateurs (événements dédiés, focus group, soirées etc.), la distribution gratuite de plus de 20 000 sextoys, ou encore sa mobilisation pendant la crise sanitaire dû au Covid 19 (soutien à la fondation des Hôpitaux, accès gratuits aux plateformes VOD et TV pour plus de 50 000 français).





D. CONVICTIONS

PLAISIRS : La marque souhaite fournir à toutes et tous la possibilité de se faire plaisir et de faire plaisir sexuellement, de manière libre et positive. Élégante, passionnée, extrêmement sensuelle, mais jamais vulgaire, notre marque s'affirme en créateur de plaisir et fournisseur de fantasmes. L'exigence créative, la rigueur d'exécution, l'innovation permanente, la maîtrise des contenus et des produits constituent la marque de fabrique « Dorcel ». Une signature de créateur, unique et visionnaire au service du plaisir de nos clients.

ARTISANAT À LA FRANÇAISE : A la fois héritier et créateur, Dorcel a construit son savoir-faire et son expertise tout au long de ses quatre décennies d'existence, prônant l'acceptabilité pour le plus grand nombre. Dorcel est une entreprise française familiale et indépendante au savoir-faire reconnu, qui s'attache à accorder harmonieusement tradition et avant-garde pour faire vivre une marque généreuse, éthique et responsable, toujours soucieuse d'améliorer ses produits et services.

INNOVATION : Depuis ses débuts, Dorcel mise sur l'innovation pour constamment se réinventer et faire évoluer toute l'industrie des plaisirs adultes. La marque se distingue également dans la création et la distribution de ses produits, en particulier avec des innovations technologiques, marketing et éditoriales comme la VOD, les concepts stores, la réalité virtuelle (VR), les podcasts ou encore le calendrier des plaisirs. En parallèle, Dorcel initie des réflexions profondes sur le futur des sexualités à l'ère de l'intelligence artificielle, tout en anticipant les impacts et défis que cela soulève. Depuis sa création, la marque est à la pointe de la technologie au service du plaisir.

E. RESPONSABILITÉS

La raison d'être du Groupe Dorcel est d'offrir à toutes et tous la possibilité de faire plaisir et de se faire plaisir de manière positive et responsable. Fort de ses 45 ans d'expérience, Dorcel est conscient de son rôle et de celui de son industrie dans la société. C'est pourquoi Dorcel œuvre autour de quatre piliers fondamentaux : agir pour une industrie responsable, bâtir des projets durables qui contribuent au plaisir de tous, valoriser une aventure humaine positive, enrichissante et inclusive pour ses collaborateurs et partenaires, et toujours agir en artisan capable de se remettre en question et de se réinventer pour perdurer. Ces piliers guident ses actions concrètes visant à contribuer positivement à la société et à son environnement.

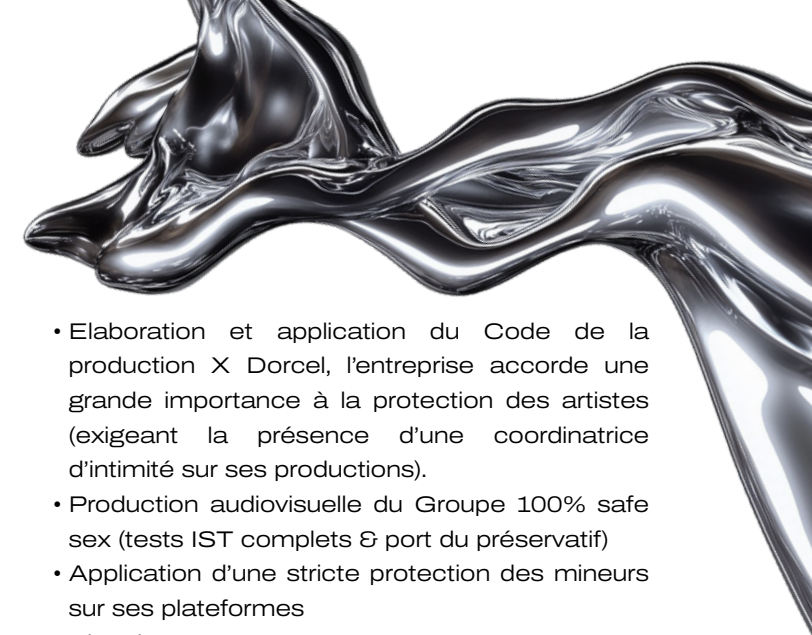
Le Groupe Dorcel s'engage sur différents projets pour établir une stratégie RSE durable, responsable et transparente :

AU NIVEAU GROUPE :

- Logique d'artisan, impliqué pour offrir le meilleur à ses clients, avec bienveillance, à la fois envers ses équipes comme envers ses partenaires
- Entreprise familiale où les valeurs humaines et le développement personnel des collaborateurs ont une grande importance
- Politique sociale bienveillante (cadre de travail agréable, coachings sportifs, événements team building, dispositifs de télétravail, etc.)
- Mise en place de formations VHSS (Violences et Harcèlement Sexistes et Sexuels) auprès de ses employé.e.s afin de les sensibiliser et d'éduquer chacun.e sur ces notions essentielles et primordiales dans cette industrie.
- Développement d'actions d'empowerment pour impulser des sexualités libres et positives (« Festival X au féminin » depuis 2021, podcasts « Fantômes » depuis 2022...).
- Réalisation d'audits éditoriaux des sites pour un contenu éditorial toujours aligné avec l'image de marque et les attentes sociétales
- Soutient d'œuvres caritatives et actions sociales (Fondation des hôpitaux, centres de PMA publics, ...).

POUR SES ACTIVITÉS MÉDIA :

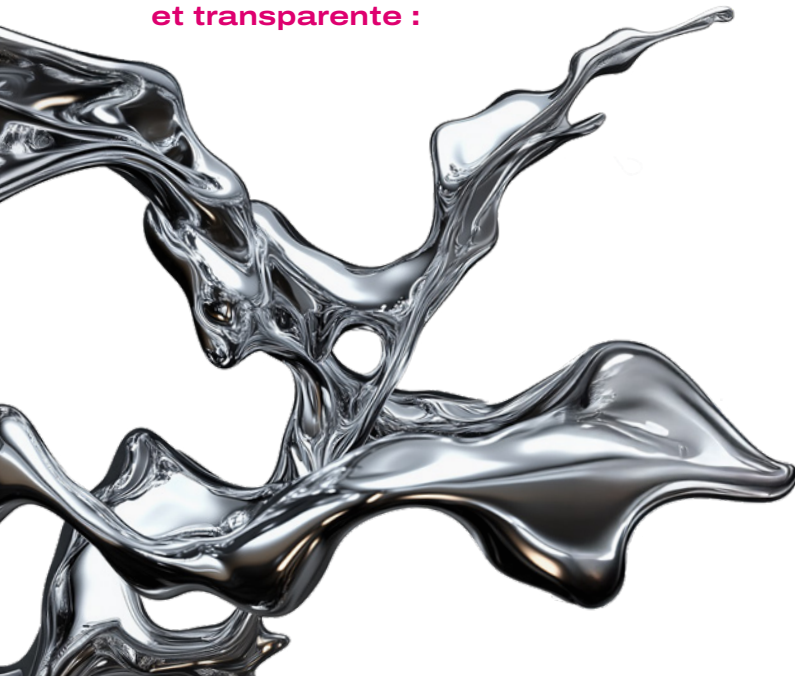
- Application d'une charte éditoriale plus stricte que la réglementation ou que les lois en vigueur, définissant des interdictions (thématiques, pratiques, situations, comportements, etc).
- Initiation et financement d'une Charte Déontologique de la production X française que le Groupe applique.
- Engagement à faire appliquer par 100% de ses fournisseurs français et étrangers avant 2026 une charte au moins équivalente à la Charte déontologique pour la production X française (A février 2024, c'est +39% de ses fournisseurs).



- Elaboration et application du Code de la production X Dorcel, l'entreprise accorde une grande importance à la protection des artistes (exigeant la présence d'une coordinatrice d'intimité sur ses productions).
- Production audiovisuelle du Groupe 100% safe sex (tests IST complets & port du préservatif)
- Application d'une stricte protection des mineurs sur ses plateformes
- Signalements contenus
- Offres commerciales claires sans pratiques trompeuses
- Confidentialité, respect de la vie privée et protection des données personnelles

POUR SES ACTIVITÉS RETAIL :

- Certification/labellisation de certains produits (Ecocert, Made in France, Agriculture biologique, Cosmos Organic, etc.) notamment dans ses gammes bien-être
- Mise en place d'une Charte Ethique pour les Fabricants partenaires définissant des standards en matière de social, d'environnemental, de sécurité, de qualité et de fiabilité et application par 100% de ses fabricants français et étrangers pour 2025
- Mise en place d'audits bisannuels des principaux fabricants de sextoys (vérification des processus de production, des conditions de travail et des impacts sur l'environnement)
- Elaboration de la réglementation des accessoires sexuels, en collaboration avec l'AFNOR (première norme concernant les sextoys : ISO 3533)



F. INNOVATIONS

Présente dans l'ADN de l'entreprise depuis sa création, l'innovation est restée à travers le temps un des piliers de Dorcel. Cette volonté d'encourager et de maintenir la capacité à innover se traduit autant dans la création de ses contenus mais également dans la capacité de diffusion et de distribution de ses produits. Concrètement, depuis 1979, Dorcel a notamment été dans les pionniers :

- 1979** - "Jolies petites Garces", premier film X européen tourné en vidéo et premier film de Marc Dorcel.
- 1995** - Premier CD ROM X interactif.
- 1995** - Première actrice X sous contrat exclusif. Laure Sainclair devient l'égérie et l'ambassadrice de Dorcel.
- 1998** - Premier DVD multilingue X.
- 2002** - Premier service de VOD adulte Européen avec Dorcelvision.
- 2006** - Première chaîne européenne premium de divertissement pour adultes (Dorcel TV).
- 2006** - Premier concept store pour adultes en France.
- 2008** - Dorcel Magazine, le magazine officiel de la marque distribué dans tous les kiosques.
- 2009** - Premières productions X immersives 3D en FULL HD.

- 2010** - Première production X en crowdfunding avec le film "Mademoiselle de Paris".
- 2011** - Lancement de la gamme de Sextoys Dorcel.
- 2012** - Lancement de DORCEL XXX, la seconde chaîne du Groupe.
- 2013** - Lancement de Dorcelclub, un service de SVOD dédié aux productions Dorcel "en direct des plateaux de tournage".
- 2015** - Première Expérience X de Réalité Virtuelle 360° immersive en 3D et full HD avec son spatialisé.
- 2017** - Lancement du Dorcel LAB, l'incubateur pour startups osées.
- 2018** - Lancement de Playboy TV en Europe powered by Dorcel.
- 2018** - Lancement de Dorcel TV Canada.
- 2019** - Lancement de Dorcel TV AFRICA, la première chaîne X africaine intégralement produite en Afrique.
- 2019** - Lancement de Dorcel Expérience, la plateforme digitale, regroupant plus de 5000 films, scènes et émissions en VOD ainsi que les 3 chaînes TV du groupe en live et en replay.

- 2020** - Partenariat exclusif avec Vixen Group pour le lancement des offres VOD et de la chaîne VIXEN powered by DORCEL.
- 2020** - Dorcel Interactiv, la première VOD Adulte 100% interactive "dont vous êtes le héros".
- 2021** - Dorcel Podcasts, la première expérience d'Intelligence Artificielle audio digitale qui s'adapte en direct aux désirs et aux fantasmes de l'utilisateur.
- 2024** - Après le lancement en 2021 d'un calendrier des plaisirs primé pour son design aux Trophées de l'Innovation organisé par LSA Conso, Dorcel innove à nouveau avec une édition inédite. Conçue en collaboration avec le collectif artistique Obvious, cette nouvelle version explore l'impact des intelligences artificielles sur le futur des sexualités, en questionnant les défis et opportunités que cette révolution technologique peut apporter au plaisir.



02

ACTIVITÉS MÉDIA

A. PRODUCTION

La mise en image de fantasmes haut de gamme pour adultes est l'origine et le fondement de toutes les activités du groupe Dorcel.

Son positionnement historique est d'apporter le plus haut niveau de qualité à ses consommateurs et consommatrices. Cette exigence est soutenue par un investissement important dans ses productions, elles se différencient en ceci qu'elles offrent des contenus scénarisés et à thèmes : choix de décors luxueux, castings soignés et diversifiés, lingerie et stylisme étudiés, scénarios élaborés, diversités dans ses styles de réalisations, à découvrir seul, à deux ou à plusieurs. Une volonté soutenue de fidélisation de son audience via une régularité de style et la force de ses séries, mais aussi par la mise en avant de ses égéries qui font rayonner son image de marque.

- Diffusée dans **75 pays**
- Un catalogue de plus de **1500 films** disponibles en **13 langues**
- **23 productions annuelles** enrichies par des contenus additionnels
- Disponible sous tous les formats : **SD, HD, 4K en DVD, en TV, en VOD et Hospitality**





B. CHAÎNES TV

DORCEL^{TV}

Dorcel TV est la chaîne de divertissement pour adultes la plus premium, du prestigieux label Dorcel. La chaîne élève la jouissance au rang de luxe « à la française » pour proposer une offre pour adultes se distinguant par le plus haut niveau d'esthétisme et de sophistication.

C'est cette approche unique qui rend Dorcel TV accessible et séduit, non seulement les hommes, mais aussi les femmes et les couples. Présente dans plus de 75 pays, la chaîne fait fantasmer ses spectateurs grâce à une diffusion en HD, 24h/24 et 7j/7 en 4 langues (français, anglais, espagnol et polonais).

Dorcel TV c'est 12 films hard et 2 émissions soft chaque jour ainsi que la mise à jour annuelle de :

- Plus de 230 films
- Plus de 100 vidéos sexy
- Plus de 40 émissions de télévision

Et bien sûr, les meilleurs studios du monde, triés sur le volet par Dorcel.

DORCEL^{XXX}

Dorcel XXX est, sans doute, la meilleure chaîne de télévision dédiée à l'action la plus addictive, excitante et sophistiquée.

Dirigée par Dorcel, la chaîne propose une programmation faite sur mesure pour une cible masculine, sans publicité, sans soft, uniquement des scènes de sexe et d'action ! La chaîne diffuse des films et des clips aux plaisirs extrêmes, du long métrage à l'amateur, en passant par le gonzo, provenant de studios principalement européens. Dorcel XXX offre les plus puissants programmes sélectionnés parmi les plus grands labels internationaux.

Dorcel XXX est disponible en HD, 24h/24 et 7j/7, en français et en anglais.

Dorcel XXX fournit plus de 170 films hardcore et plus de 300 vidéos X des plus intenses par an.

DORCEL^{TV} AFRICA

En 2019, le groupe Dorcel a lancé Dorcel TV AFRICA, la première chaîne X africaine.

Entièrement produite sur le continent africain (RDC, Cameroun, Côte d'Ivoire), la chaîne établit des partenariats exclusifs avec une dizaine de producteurs locaux. Respectant des normes éthiques strictes et promouvant le «safe-sex» ainsi qu'une sexualité positive et émancipatrice, elle offre une programmation pionnière qui révolutionne la perception de la sexualité en Afrique. Neslyne Antonela, la nouvelle présentatrice de l'émission phare de la chaîne : Afrik Désirs, incarne cette vision moderne ouverte sur la sexualité féminine et l'égalité dans les rapports homme-femme.

Dorcel TV Africa travaille continuellement en partenariat avec des ONG locales comme Happy Mum's en Côte d'Ivoire, Baobab en RDC et Elles Cameroun au Cameroun. Ces partenariats soutiennent des initiatives humanitaires telles que : des dons pour les journées de dépistage et de prévention dans les populations clés, l'accès à la PREP, la mise en place de vaccination, des dons aux orphelinats, des traitements médicaux, des suivis sanitaires et psychologique de femmes en détresse, des journées de prévention dans les villages, des dons et kits de prévention (Préservatifs, vêtements, denrées alimentaires, nécessaire hygiénique etc...).

Dorcel TV Africa est aussi à l'initiative de partenariats avec des artistes africains. Chaque année la chaîne produit un clip musical avec un chanteur et réalisateur local. Dorcel TV Africa s'associe également tous les ans avec la troupe de comédiens du fameux Dycoco à Abidjan (Montreux Comedy). Elle promeut régulièrement au travers ses programmes des artistes tels que des peintres, photographes, danseurs de la scène érotique africaine. Dorcel TV Africa affirme ainsi son engagement envers une culture du plaisir responsable en Afrique.



Playboy TV Europe est la seule chaîne TV premium consacrée au divertissement érotique pour un large public adulte.

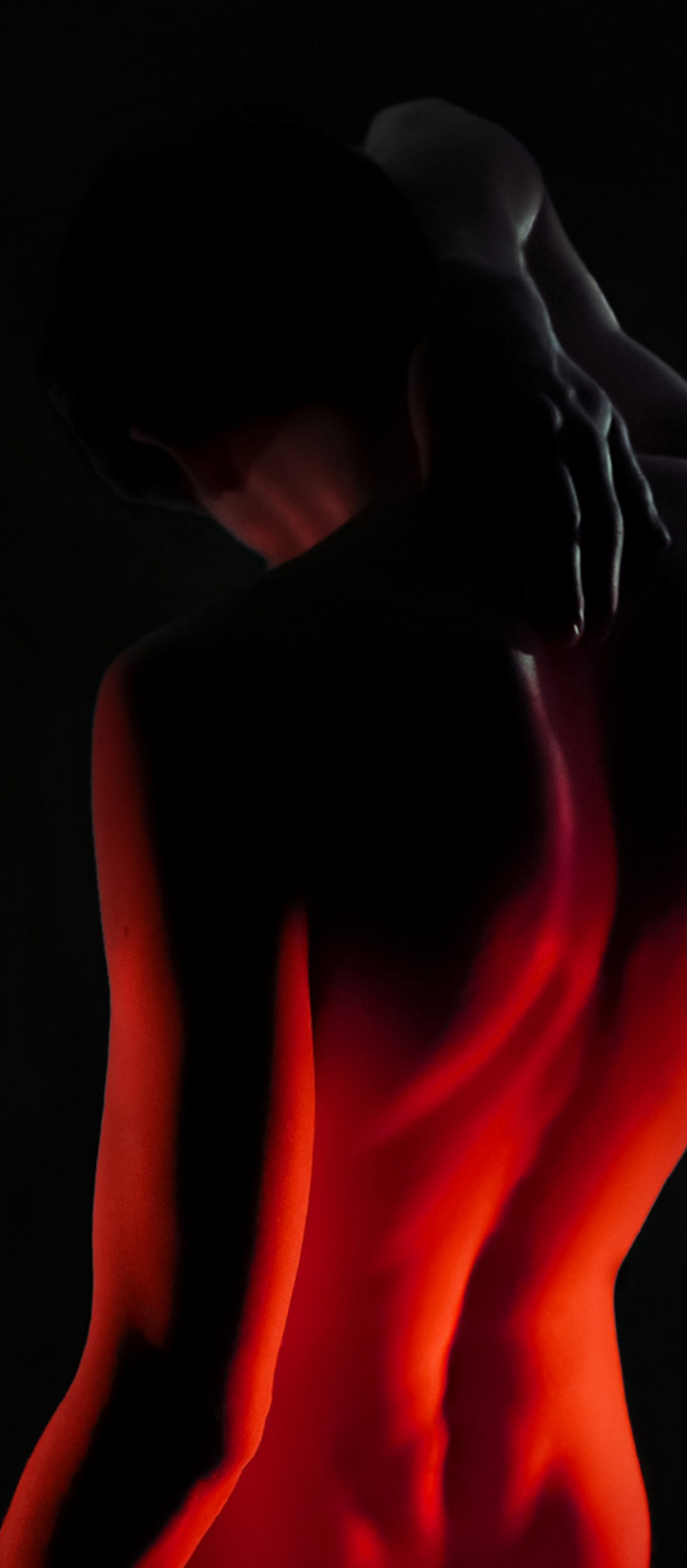
Des émissions de télé-réalité dont les tournages captent, au plus près, toutes les actions torrides, en passant par les fêtes les plus sulfureuses en compagnie des femmes et hommes les plus sexy de la planète... Playboy TV Europe vous apporte ce clin d'œil érotique, mélangé à une juste dose d'esthétisme haut de gamme et lifestyle afin de plaire tant aux hommes qu'aux femmes.

VIXEN

Distribué en exclusivité mondiale en VOD et TV par Dorcel, Vixen Media Group a révolutionné l'industrie pour adultes par une qualité sans précédent et se concentrant sur des scénarios élaborés mettant en valeur la sensualité et le glamour. L'entreprise a été reconnue pour avoir changé la place du porno dans la culture populaire en se présentant, non pas comme un studio pour adultes, mais comme une marque lifestyle avec une attention particulière accordée à la qualité de ses productions.

Les studios multi-primés de Vixen Media Group mettent en scène de superbes modèles dans les lieux les plus exotiques du monde entier. Ces studios innovants ont rassemblé plus de douze millions d'adeptes sur les réseaux sociaux et trente millions de visiteurs par mois. Aujourd'hui, Vixen Media Group produit huit studios très importants et reconnus avec leur propre signature : Vixen, Tushy, Tushy Raw, Blacked, Blacked Raw, Deeper, Slayed et Milfy.





C. PLATEFORMES VOD

DORCEL^{VISION}

Le service Dorcelvision.com est le 1er site de VOD pour adultes ouvert en 2002. Ce service propose des milliers de films, de toutes thématiques, venant de plus de 70 studios de production internationaux, en qualité HD et/ou 4K disponibles en streaming et téléchargement avec un paiement à l'acte. Le service est disponible sur tous les écrans et permet à ses clients de se constituer une bibliothèque de films immédiatement accessibles.

On y retrouve l'ensemble des productions de la marque en exclusivité ainsi que tous les plus grands studios français et internationaux minutieusement sélectionnés. Chaque jour plusieurs nouveautés viennent enrichir le catalogue, sur l'ensemble des thématiques adulte.

**Dorcelvision est disponible
sur Dorcelvision.com et en IPTV.**

DORCEL^{CLUB}

Le service Dorcel Club est un service de SVOD, proposant à ses abonnés des milliers de scènes et de photos Dorcel disponibles en streaming et téléchargement. Dorcel Club offre à ses membres une expérience unique dans l'univers de la marque. Il regroupe chaque semaine des vidéos en avant-première issues de toutes ses productions Dorcel, des scènes exclusives tournées spécialement pour le Club, des making-of, des portraits d'actrices et d'acteurs et bien plus encore. Grâce à Dorcel Club, ses membres privilégiés vivent une expérience unique plongés dans un univers de luxe.

**Dorcel Club est disponible
sur Dorcelclub.com et IPTV.**



D. LICENSING

Dorcel fournit ses contenus à plus de 120 opérateurs et éditeurs internationaux : télévision payante, pay per view, vidéo à la demande, hôtels... En tant que groupe média et producteur, la marque fournit ses contenus premium, et ceux des 170 studios qu'elle distribue, aux plus grands groupes audiovisuels internationaux (Canal +, Comcast, Sky, Altice, Orange, Bell, Deutsche Telecom...).

Le Groupe Dorcel est sans doute le principal fournisseur de contenus pour adultes et de plateformes VOD « clé en main » à destination des opérateurs TV internationaux.

Ses contenus et plateformes sont aujourd'hui diffusés dans plus de 75 pays. Ils sont disponibles sur tous les réseaux de diffusion audiovisuels. Ses programmes sont disponibles chez plus de 120 groupes audiovisuels internationaux, plus d'un million de chambres d'hôtel à travers le monde.

E. MAGAZINE

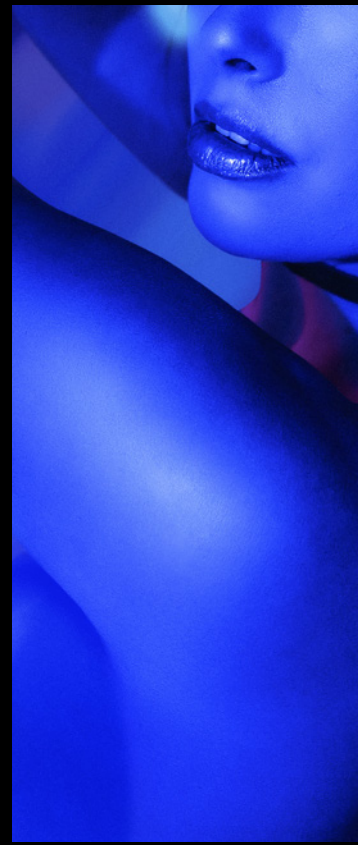
Le magazine officiel présente tout l'univers de nos productions à travers du contenu haut de gamme. Dorcel Mag est proposé mensuellement accompagné de 2 DVD. Quatre hors-séries collectors sont publiés chaque année pour compléter la collection. Le magazine est disponible en kiosque et maison de presse partout en France, Belgique et Suisse.

F. EGÉRIES

Les égéries Dorcel sont les actrices exclusives et ambassadrices de Dorcel. Élégantes, charmantes, libérées mais subtiles, elles sont chargées de représenter la marque et de faire la promotion des activités du Groupe dans les médias et sur divers événements (salon, soirée...). Régulièrement considérées comme faisant partie des meilleures actrices internationales, elles réservent leur apparition aux seules productions Dorcel pendant la durée de leurs contrats. Après Cléa Gaultier et le couple Bella Tina et John, c'est à Clara Mia de devenir la douzième égérie de Dorcel. Elle désire affirmer sa propre perception de l'érotisme et offrir des fantasmes plus adaptés aux femmes, afin de toucher un public plus féminin. Elle est également la première égérie à se placer derrière la caméra et à se lancer dans la réalisation d'une production inédite pour Dorcel.



| | |
|------------------------------|--------------------|
| 1995/1997 | Laure Sainclair |
| 2002 | Mélanie Coste |
| 2004 | Priscila Sol |
| 2005 | Oksana |
| 2006/2008 | Yasmine |
| 2007/2008 | Mélissa Lauren |
| 2009 | Mia Vendôme |
| 2010 | Jade Laroche |
| 2011/2013 | Anna Polina |
| 2018/2020 | Cléa Gaultier |
| 2021/2022 | Bella Tina et John |
| 2022/ Aujourd'hui | Clara Mia |



03

ACCESSOIRES PLAISIR

A. SEXTOYS

Les sextoys Dorcel présentent une large gamme de vibromasseurs et autres jouets sexuels. Conçus pour apporter un maximum de plaisir, et proposant de vivre de nouvelles sensations, ces accessoires inédits qui font place à l'innovation arborent un design raffiné et un packaging soigné.

Dorcel propose ainsi des marques inédites pour assouvir toutes les envies telles que L'As, spécialisée dans le plaisir anal ou encore Pauline & Margot qui accompagne les jeunes femmes sur la possibilité de s'approprier pleinement de leur sexualité. En véritable artisan de l'érotisme, elle applique la recette qui a fait son succès sans déroger à son éternel crédo : « faciliter l'accès au plaisir pour tous ». La collection revisite les grands classiques et propose des innovations, pour les couples, les femmes et les hommes.

Dorcel, leader de l'industrie du plaisir depuis 45 ans, s'engage résolument à promouvoir le bien-être de ses consommateurs et consommatrices. L'entreprise place l'innovation et l'écoute de ses clients au cœur de ses valeurs, répondant ainsi aux attentes diversifiées de sa clientèle et des professionnels.

La gamme Wellness constitue un exemple concret de sa volonté de répondre à ces attentes évolutives, les produits ont été conçus 100% sans phtalates et en silicone premium dans le but d'améliorer la santé sexuelle tout en pimentant le quotidien de sa clientèle.

La marque élabore donc, en sourçant dans le monde entier et en fabriquant elle-même, une sélection de produits adaptés à sa clientèle et correspondant à sa politique : des produits de qualité, sophistiqués, clairement destinés au plaisir et qui restent accessibles au plus grand nombre.

Grâce à cette stratégie et à ce positionnement, Dorcel est le partenaire de référence des plus grandes enseignes de distribution, VPC, e-commerce...





B. LINGERIE

Dorcel, le leader européen du plaisir libre et positif pour tous, a développé des collections de lingerie érotiques élégantes et sexy qui allient délicatesse et sensualité des coupes à la finesse des matières et des finitions. Elles mettent en valeur les courbes, quelle que soit la morphologie et permettent d'attiser le désir.

C. BIEN-ÊTRE

Dorcel propose une large gamme d'articles dédiés au bien-être qui fera voyager vos sens. Bougies de massage aux odeurs envoutantes, aphrodisiaques, lubrifiants parfumés, ou encore préservatifs, vous trouverez tout pour un épanouissement sexuel et une performance décuplée.

Dorcel a imaginé une gamme CBD composée d'un lubrifiant, d'une huile de massage et d'un stimulant aphrodisiaque, pour vivre des moments intenses de plaisir et jouir d'encore plus de relaxation et de détente avec son ou sa partenaire.

Dorcel démontre également son engagement en faveur du développement durable, la gamme « Origins » en témoigne : introduisant une sélection de lubrifiants et de nettoyants conçus à partir de 97% d'ingrédients d'origine naturelle et d'emballages entièrement recyclables. Cette initiative incarne sa volonté de promouvoir la transparence et l'excellence dans ses produits.



D. E-COMMERCE

Dorcelstore.com, la boutique en ligne officielle de Dorcel propose des produits érotiques avec plus de 100 marques du monde entier et 3500 références dédiées au plaisir : sextoys, DVD X, lingerie, huiles de massage, lubrifiants, aphrodisiaques, guides sexuels, magazines, gadgets, accessoires et jeux coquins pour pimenter la vie sexuelle de chacun.

En plus des accessoires Dorcel, les produits des marques les plus prestigieuses comme 50 Shades, Dorcel, Clara Morgane, Fleshlight, Fun Factory, Lelo, Pipe Dream, Satisfyer, Svakom, We Vibe, Womanizer... sont proposés sur notre site pour répondre à une demande croissante aussi bien des couples que des femmes et des hommes. Le site e-commerce Dorcelstore.com est également disponible en VPC.



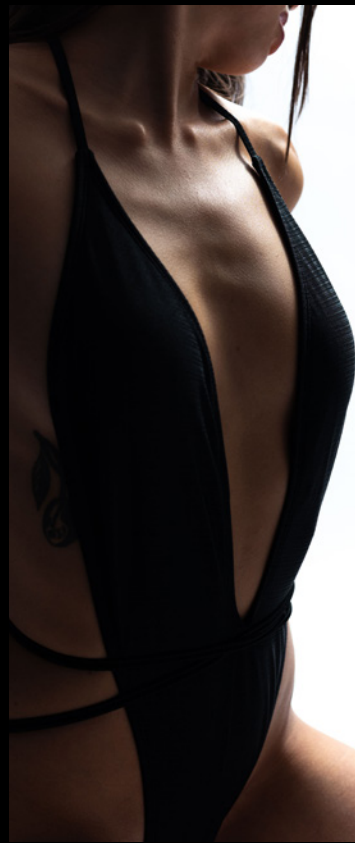
E. BOUTIQUES

Depuis sa création, Dorcel, initialement connue pour ses productions cinématographiques pour adultes, a su diversifier son activité. Après plus de 18 années d'expériences tournées vers le bien-être de ses clients, Dorcelstore se réinvente en adoptant une nouvelle identité graphique, marquant ainsi une étape importante dans l'évolution de la marque vers une expérience client modernisée et haut de gamme. Il propose un concept unique de boutique de divertissements pour adultes, tournée vers le bien-être sensuel haut de gamme. Des sextoys innovants, aux jeux à deux, en passant par des produits bien-être aux parfums gourmands, ces love shops dédiés à tous les plaisirs accueillent une clientèle variée, habituellement composée à 55% de couples, 23% de femmes et 22% d'hommes, de tout âge.

Les boutiques Dorcel proposent plus de 2500 références, soigneusement sélectionnées, d'articles ludiques et sensuels (lingerie, soins du corps, sextoys et accessoires...). Ils sont également réputés pour leur équipe de conseillères et conseillers qui sont à la disposition des clients pour les orienter en toute bienveillance vers une sélection de produits qui correspondra à leurs envies et besoins. Ces boutiques comportent une sélection raffinée des bestsellers de marques renommées telles que Womanizer, Dorcel,

Wellness, Satisfyer, Play & Love ou encore Pauline & Margot. L'implantation nationale des Dorcelstore a débuté en métropole et compte désormais 22 magasins répartis sur l'ensemble du territoire : Lorient, Nantes, Brest, Rennes, Saint-Brieuc, Le Mans, Rouen, Lille, Caen, Tours, Bordeaux, Saint-Paul & Saint-Louis (Île de la Réunion), Angers, Clermont-Ferrand, Cap d'Agde, Thionville, Poitiers, La Rochelle, Limoges, Mulhouse et Bayonne.







DORCEL **STORE**

22 MAGASINS
RÉPARTIS
SUR L'ENSEMBLE
DU TERRITOIRE

DITES **OUI** AU PLAISIR

“ Et si on osait dire oui ?

Oui à soi, oui à nous,

Oui aux envies, aux tentatives, à l'inconnu,

Oui aux “non”, aux “pas comme ça”,

Oui à la nouveauté, aux moments décomplexés,

Oui à l'égalité, et surtout oui au plaisir partagé.

Dites oui au plaisir



DORCEL