

CAS#1

# MARCO ET VASCO, ORFÈVRE DU VOYAGE SUR MESURE

➔ **OFFRE** L'expert en e-tourisme propose à ses clients de voyager hors des sentiers battus via des offres personnalisées. Un concept gagnant : en 2014, le chiffre d'affaires a augmenté de 20 %.

**Q**uand on voyage avec Marco et Vasco, expert en tourisme d'aventure, on peut demander la lune.

Les 130 experts issus de 20 nationalités différentes se feront un plaisir de vous concocter le voyage de vos rêves. Dans le top 5 des destinations les plus explorées, citons l'Australie, le Japon, l'Inde et le Vietnam. « Nous couvrons 50 pays pour des séjours d'environ dix jours pour un coût supérieur à 3 000 euros par personne. Notre valeur ajoutée dans ce paysage de l'e-tourisme où de nombreux acteurs évoluent, c'est de proposer des offres clés en mains en profitant des avantages du Web mais en travaillant comme des artisans », explique Geoffroy de Becdelièvre, p-dg de Marco et Vasco. Pour remplir cette mission à bien, le voyageur s'entoure de spécialistes par pays, disponibles pour répondre à des demandes de devis en ligne et affiner avec les clients leurs attentes en fonction des pays choisis. Pas moins de six à sept propositions sont faites au



client en fonction de ses envies au cours de son échange avec l'expert. Le taux de conversion est d'environ 3 %. « Ainsi, le programme final correspond exactement à ce que veut notre client », justifie Geoffroy de Becdelièvre. L'exploration en toute sérénité résume le positionnement du voyageur, qui se présente comme le leader français du voyage sur mesure sur Internet. Le cœur de cible se situe chez les CSP+ (les foyers dont les revenus sont supérieurs à 100 000 euros par an) en manque de temps et en

recherche d'exotisme pour s'offrir un moment de découverte en famille. Geoffroy de Becdelièvre, à l'origine du projet en 2007, a choisi de se passer d'agence physique et de tout miser sur le marketing on line. « Nous allons investir 4 millions d'euros en 2015 sur l'achat d'adwords, le RTB, le développement d'applications, les comparateurs de prix, l'animation des réseaux sociaux... notre stratégie on line est prioritaire », précise le p-dg, qui vient de faire appel à 1000mercis pour des actions de ciblage et de qualification plus

classiques. De fait, le pure player doit pallier son déficit de notoriété face à des concurrents installés depuis plus longtemps, même si ses clients sont très fidèles (25 % réalisent un voyage par an). Pour autant, le positionnement du site répond aux besoins du marché, au vu de son taux de croissance : +48 % de CA en 2013, pour atteindre 60 millions d'euros. Ce qui donne des ailes au p-dg, lequel espère réaliser un chiffre d'affaires de 150 à 200 millions d'euros en France et à l'étranger d'ici à 2018. ■ Marie-Juliette Levin

## REPÈRES ET KPI

Marcoetvasco.fr est passé de 1 à 200 collaborateurs entre 2008 et 2013. Le site a réalisé par moins de 45 recrutements en 2014 et prévoit 40 nouvelles embauches en 2015. En 2014, Marco et Vasco compte 25 000 clients.

# 200 M€

C'est le CA visé en 2018

400 000 VISITEURS PAR MOIS / 5 MILLIONS PAR AN

4 M€ INVESTIS EN WEBMARKETING EN 2015

PANIER MOYEN : 8 000 EUROS POUR 2,8 PERSONNES

Les performances du site sont au rendez-vous. Le chiffre d'affaires est passé de 60 millions en 2013 à 75 millions en 2014. Par ailleurs, Marco Vasco prévoit de lancer, fin 2015, une application à consulter en voyage, sorte de concierge privé embarqué

