

La fulgurante ascension du voyageur **Marco** et Vasco

Geoffroy de Becdelièvre, président fondateur de ce site spécialisé dans les voyages sur mesure, est l'invité de l'émission BFM-Le Figaro « Impressions d'entrepreneurs ».

CORINNE CAILLAUD
@corinnecaillaud

TOURISME « La France n'a pas tant de retard que ça sur le numérique, mais il faut changer le logiciel de pensée de nos pouvoirs publics. Pour éviter que cela ne se produise, il faut anticiper les choses », assure Guy Mamou-Mani, président de Syntec Numérique. Pour ce dernier, le spécialiste du voyage sur mesure sur Internet Marco et Vasco (ex-Planctveo), lancé par Geoffroy de Becdelièvre, représente « la parfaite illustration de la transformation numérique de notre pays ».

Fondée en 2007, l'entreprise a connu une progression spectaculaire. Son chiffre d'affaires a ainsi atteint 60 millions d'euros l'an passé. En cinq ans, ses effectifs sont passés de 1 à plus de 200 salariés. Selon son président fondateur Geoffroy de Becdelièvre, le succès de l'entreprise s'explique

par « un bon modèle économique et le fait que nous n'ayons pas d'intermédiaire. Nous sommes en contact direct avec les clients. Dès le début, nous avons travaillé sur la désintermédiation et sur la mise en contact directe entre l'expert pays et le client ».

Concept moderne et haut de gamme

Dans un marché du tourisme en recul, Marco et Vasco tire profit de son concept moderne et haut de gamme. « On arrive à allier deux choses : le sur-mesure et l'Internet, détaille le dirigeant. Quand on est seulement sur Internet, on se bat sur les prix, et c'est très compliqué de gagner sa vie. Objectivement, peu d'acteurs dans les travels ou dans les commerces gagnent leur vie. Nous, nous recrutons sur Internet, mais nos conseillers vendent au téléphone. Nous créons donc de la valeur et nous avons des paniers moyens plus élevés et des marges plus conséquentes. »

Preuve du décollage réussi : en 2013, alors que le marché du long-courrier reculait de 10 %, Marco et Vasco a enregistré une progression de ses ventes supérieures à 50 %. « On est vraiment en décollage avec le marché, et cela depuis quelques années déjà », poursuit Geoffroy de Becdelièvre. Si Marco et Vasco résiste aussi bien à la crise, c'est aussi que les Français continuent de voyager. Selon le site, leurs destinations préférées sont les États-Unis, le Japon et l'Australie.

La dynamique et la bonne santé de Marco et Vasco a attiré de nouveaux investisseurs. Du coup, l'entreprise accélère son développement et investit encore plus dans les technologies.

« Nous travaillons sur les outils d'optimisation interne, détaille le dirigeant. Par exemple : comment faire un devis, comment automatiser les réservations ou encore comment gagner en productivité et en efficacité. » ■



GEOFFROY DE BECDELIEVRE
Impressions d'Entrepreneurs
MARCO ET VASCO

En partenariat
avec 

Impressions
d'Entrepreneurs

Posez vos questions
aux invités d'Impressions
d'Entrepreneurs sur
www.lefigaro.fr/entrepreneurs