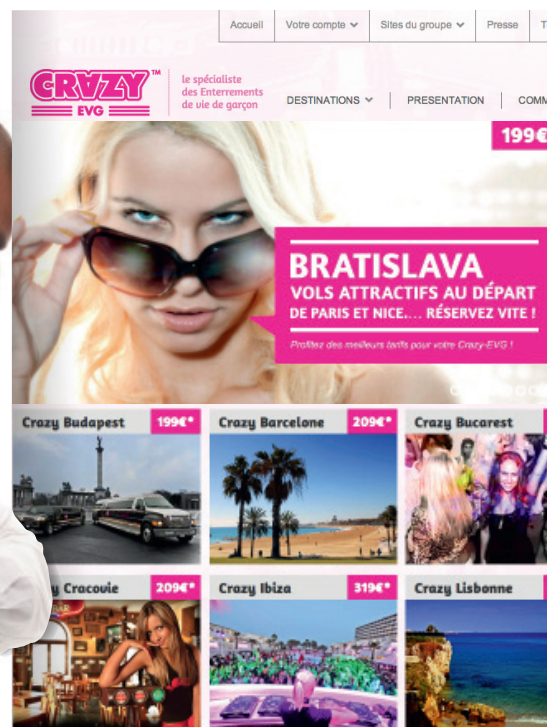


ALEXANDRE MARTUCCI DG DE CRAZY-EVG

Il organise votre "very bad trip" en trois clics

Son site propose des enterrements de vie de garçon sulfureux. Un carton.



Pour enterrer la vie de garçon de son meilleur ami avec une bande de dix acolytes, Valerio a sorti le grand jeu. Voyage à Budapest, déplacements en limousine, tir à la kalachnikov, club de strip-tease... Il aurait aussi pu demander l'option combat de boue, pilotage de char d'assaut, voire l'enlèvement du futur marié par de fausses forces spéciales. **10 000 voyages par an.** Pour organiser ces festivités, Valerio est simplement passé par Crazy-EVG (Enterrement de Vie de Garçon). Ce site

Web propose des packages sulfureux vers 17 destinations européennes (Dublin, Sofia, Barcelone...). L'Europe de l'Est, notamment, attire un nombre record de futurs célibataires. L'an dernier, Crazy-EVG a organisé à Budapest, la capitale hongroise, un quart des 10 000 voyages qu'il supervise par an. Les tarifs, eux, démarrent à 100 euros par tête, et peuvent dépasser les 500 euros selon les prestations. «Nous utilisons des compagnies aériennes low cost. Sur place, le coût de la vie est si bas que le vol est vite rentabilisé», détaille

Alexandre Martucci, cofondateur du site. C'est en préparant des EVG pour ses amis qu'Alexandre a mûri son projet. De la philanthropie au business, il n'y a qu'un pas, qu'il franchit en 2009 avec deux associés, Aurélien Boudier et Mathieu Unzel. Avec 260 000 mariages par an en France, le marché est prometteur. Mais pour se lancer, les associés doivent fournir une garantie financière de 100 000 euros : c'est un parent qui se porte caution.

Version féminine. Pour bâtir leurs packages, les associés font ensuite le tour des grandes villes d'Europe, testent eux-mêmes les boîtes de nuit, les club de lap dance, et recrutent des guides locaux. Ils achètent ensuite les mots-clés «EVG» et «enterrement de vie de garçon» sur Google. «Pour 30 euros par jour, on a attiré énormément de visiteurs», explique Alexandre. Le jeune directeur général a lancé depuis une version féminine, un peu moins déjantée, Crazy-EVJF, qui représente déjà 20% de ses ventes (1,7 million d'euros). Les voyages étant payés plusieurs mois à l'avance, bien avant que ne soient réglés les prestataires, le site a été immédiatement rentable. «Nos marges sont très correctes pour le secteur», avoue Alexandre. Crazy, peut-être, mais pas fou... ■

Thomas Lestavel

BIO EXPRESS

2005
Diplômé de HEC, il entre chez Eurosport comme acheteur de droits sportifs.

2009
Obtient sa licence d'agent de voyages et crée Crazy-voyages avec deux associés.

2010
Lance Crazy-EVG (pour les garçons) puis Crazy-EVJF (pour les filles).

2012
1,7 million d'euros de chiffre d'affaires.

2013
17 destinations au catalogue.

PHOTOS: JEAN-MARC BIAIS / CRAZY-VOYAGES

SES CONSEILS POUR SE LANCER SUR LE WEB

- **"Ouvrir son site tout de suite.** Si l'idée est bonne, pas besoin d'attendre qu'il soit parfait. Autant ouvrir la boutique pour voir si ça prend. Dans sa première version, notre site ne proposait qu'un formulaire de contact !"
- **"Se mettre dans la peau d'un vendeur.** C'est crucial pour réaliser ses premières ventes. Nous sommes passés par l'incubateur du groupe HEC, ce qui nous a permis de développer des techniques de commerciaux."
- **"Eviter de lever des fonds quand c'est possible.**

Nous avons uniquement sollicité un banquier pour financer la refonte de notre site Web. En revanche, il n'y a pas d'autres actionnaires que nous. Nous pouvons ainsi rester maîtres de nos choix."

SA PLUS GROSSE ERREUR

- **"Ne pas avoir fait de pacte d'associés.** On a frôlé le clash quand nous avons emprunté nos 50 000 euros, car le banquier a exigé que l'on se porte caution solidaire. L'un d'entre nous était réticent, et nous étions bloqués par les statuts de notre SARL. Heureusement, on a fini par tomber d'accord."

"Testez vous-même vos propres prestations"