



## NICOLAS GARREAU, LE "CUPIDON" 2.0

PERRINE CREQUY



**Depuis près de dix ans, cet entrepreneur de 36 ans vend des scénarios clés en main pour aider les hommes à faire leur demande en mariage.**

Nicolas Garreau, 36 ans, enchaîne les entrevues avec la presse française ou canadienne, et prépare une dizaine de prestations, en cette mi-février, comme chaque année depuis près de dix ans. Mais pour le fondateur d'ApoteoSurprise, pas question de laisser la routine sacrifier la qualité de son service. Et pour cause : il vend des scénarios clés en main pour les tourtereaux qui souhaitent déclarer leur flamme à l'élu(e) de leur cœur.

*« 80 % des femmes se disent déçues par la demande en mariage qui leur a été faite. La plupart du temps, la proposition est faite au lit. Ou au restaurant, avec une bague cachée dans un verre, que la fiancée avale une fois sur cinq... », déplore Nicolas Garreau.*

Cet homme svelte toujours vêtu de noir a donc décidé de mettre sa créativité au service de ceux qui veulent déclarer leur flamme, de façon originale et chic.

*« Aux États-Unis, vous pouvez organiser votre demande sur mesure. Mais la plupart du temps, il s'agit de choses peu élégantes, comme une flashmob, ou simuler une chute d'un toit... ce qui est traumatisant », note ce romantique.*

Fier d'appartenir à la génération du Club Dorothee, il a mis au point trente scénarios pour susciter l'émotion « en toute élégance ». Parmi ses 1.400 clients - pour la plupart des hommes hétéros -, certains recourent à un magicien. Une prestation d'entrée de gamme à 290 euros. Mais pour voir la Patrouille de France dessiner dans le ciel un cœur d'un kilomètre de large, avec les initiales des amoureux, il faudra déboursier 19.900 euros.



## L'ESPRIT DU FILM "THE GAME"

Prestataire de Nicolas Garreau depuis 2005, dans le cadre du scénario «Dîner croisière sur la Seine, avec une pluie de roses sur le pont du yacht», Denis Lagarde, le propriétaire du bateau, salue la persévérance de Nicolas :

*«Il a eu des étapes difficiles à surmonter : quand la clientèle russe s'est raréfiée, quand des concurrents ont voulu copier ses scénarios, et après une tentative infructueuse de déclinaison de son offre dans le Sud. Mais il a tenu le coup. Il est très structuré, factuel et concret. Rien n'est vendu qui ne soit d'abord signé et payé.»*

D'autres scénarios proposent un message transmis par un plongeur dans un aquarium, l'envoi d'un ballon dans l'espace, ou une visite de Paris en limousine jusqu'au pied de la Tour Eiffel scintillante. Vincent Brunet dirige la compagnie de limousines prestataire :

*«Au début, Nicolas s'énervait face aux imprévus : des pannes mécaniques ou des chauffeurs malades. Avec le temps, il a mis de l'eau dans son vin. Il est très perfectionniste.»*

Et pour cause : quelle que soit l'option retenue, le timing est précis pour susciter le maximum d'émotion.

*«La demande parfaite se déroule en trois phases : d'abord, créer l'étonnement par une situation inattendue, puis rassurer la personne, lui montrer qu'il s'agit d'une bonne surprise. Elle se détend alors, et c'est le moment pour faire la demande et susciter l'émoi. Tout est question de timing. C'est presque une optimisation mathématique», confie Nicolas Garreau.*

Excellent élève, cet ingénieur, major de sa promotion à l'Estaca, à Levallois-Perret, se destinait à rejoindre une équipe de Formule 1 pour dessiner les bolides. Sa passion pour les sports automobiles remonte à l'adolescence, passée à Bassano del Grappa, en Italie où travaillait son père, cadre chez Fiat.

*«Durant ces quatre années, nous allions une à deux fois par mois à Venise. J'adorais les palais et les oliviers, mais voir les amoureux sous le Pont des Soupirs, ça me gonflait.»*

À 15 ans, il rentre en France, aux Sables-d'Olonne, et rêve de moteurs vrombissants. Mais quand il reçoit son diplôme en 2000, les nouvelles stars sont les entrepreneurs du Web.

*«J'avais vu un reportage télévisé sur Jeff Bezos, le PDG d'Amazon, et sur le Lyonnais Alexandre Dreyfus. Je me suis dit que moi aussi, je voulais créer ma start-up, et avoir les caméras sur moi», confie Nicolas Garreau.*

## SITÔT DIT, SITÔT FAIT

Il embarque son ami Olivier Dorche, et tous deux s'attellent au lancement de GoodyCash, une loterie en ligne, durant les six mois qu'ils auraient dû consacrer à leur stage de fin d'études.



*«L'école ne voulant pas nous accorder de dérogation pour ce projet, nous avons inventé de fausses missions dans de fausses entreprises pour nous libérer de cet impératif de stage», confie Nicolas.*

*«Nous avons rencontré des investisseurs prêts à injecter un million de francs. Ils étaient plus fous que nous.»*

Après six mois d'étude du projet, Olivier Dorche jette l'éponge et Nicolas Garreau poursuit seul, avec cinq associés au capital.

*«J'ai intégré l'incubateur d'une entreprise dans le Sentier, ce haut-lieu des start-up que j'avais découvert dans le reportage qui m'a inspiré cette aventure. Je disposais de locaux et je pouvais mobiliser les développeurs de l'entreprise.*

*J'avais aussi des stagiaires, qui ne foutaient rien. Les gens autour de moi n'étaient pas sérieux. On ne nous apprend pas ça à l'école : savoir bien s'entourer.»*

L'aventure commencée en 2000, alors qu'explose la bulle Internet, s'achèvera au bout d'un an, faute de fonds pour payer la prime d'assurance de l'activité de loterie.

## PASSAGE PAR LA CASE "SALARIÉ"

Après cette déception, Nicolas Garreau devient pendant quelques semaines ingénieur en développement à la Défense.

*«Quand on a connu la liberté de l'Internet, c'est difficile de reprendre un boulot salarié.»*

Amoureux des belles lettres et d'humeur vengeresse, il se met à écrire pour raconter ses déboires entrepreneuriaux dans Pourri.com, qui paraît en 2002 aux Éditions du **Félin**, rencontrées au Salon du Livre. Depuis, il publie un livre humoristique chaque année. En 2003, il réalise un documentaire aux États-Unis sur les lieux de tournage des films de George Romero, spécialiste de l'horreur. L'année suivante, il enregistre un single, *«parce qu'une maison de disques me l'a proposé après un passage dans une émission télé»*.

*«Nicolas a su se faire connaître de tous les médias, avec un budget communication de zéro euro, en pratiquant assidûment un porte-à-porte médiatique. Il est très méticuleux et déterminé. Quand il a une conviction et une stratégie, il travaille jusqu'à obtenir des résultats. Et depuis plusieurs années, son activité est rentable, malgré les crises», indique Olivier Dorche.*

Mais déjà, Nicolas Garreau nourrit un projet de deuxième entreprise, *«dans le secteur de la mode branchée, pour hommes et femmes. Un concept marketing et fun»* qu'il entend lancer d'ici à deux ans. D'ici là, il devrait avoir la bague au doigt. Ils devraient se marier l'an prochain, *«à Las Vegas»*. À ces yeux, l'endroit rêvé pour un mariage original.