

# Blablacar remet le blabla de la SNCF a sa place

Levée de fonds d'un montant record pour une entreprise française, BlaBlaCar, leader du covoiturage, présente dans une dizaine de pays européens, accélère son développement. Le leader du covoiturage en France, BlaBlaCar, a réalisé une levée de 100 millions de dollars, afin d'accélérer son expansion à l'international. La start-up, créée en 2008, a séduit le fonds d'investissement Index Ventures. BlaBlaCar conserve la confiance de ses précédents investisseurs, Accel Partners, ISAI et Lead Edge Capital, qui ont également participé au tour de table.



BlaBlaCar

Rechercher ou Proposer

S'inscrire | Se connecter | Comment ça marche | 468k

Voyagez moins cher en toute confiance

Trouvez votre covoiturage

Choisissez parmi des millions de conducteurs en Europe

Vous avez une voiture?

→ Publiez une annonce

BlaBlaCar est utilisé en France par trois millions de personnes. Ce site de covoiturage qui n'est pas seul sur le marché apporte une réponse aux utilisateurs dans un contexte de crise en offrant une solution de transport conviviale et économique. Le covoiturage dans son ensemble est perçu comme un concurrent sérieux et reconnu par la SNCF. Son PDG, Guillaume Pépy le confirme : « Savez-vous que Blablacar, le leader européen du covoiturage, (...) fait chaque mois 600.000 voyageurs? C'est déjà plus de 5 % du nombre de trajets vendus par SNCF Voyages! ». Le groupe ferroviaire a réagi en faisant l'acquisition l'été dernier d'un site de covoiturage, 123envoiture.com.

Le concept offre une variété de trajet inégalable par les transports publics contraints d'établir des lignes sur des segments de marché lisibles car l'autocar et à plus forte raison le train, soumis à massification, ne peuvent s'accommoder de demandes trop personnalisées, voire l'unité, ce à quoi l'automobile répond assez largement par le covoiturage. Ce transport, à défaut d'être un transport de porte à porte, prend et dépose au plus près le passager. Gratuit à l'origine, BlaBlaCar a changé de modèle économique en 2011. Le site prend une commission, autour de 10%, qui varie en fonction du délai de réservation: plus on réserve tard, plus la commission est élevée. Ce système, qui oblige les voyageurs à régler à l'avance leur trajet, grâce à un paiement par carte bancaire, a permis de réduire drastiquement le nombre d'annulations et a fait bondir les revenus de BlaBlaCar.

La SNCF donne involontairement un coup de pouce à son concurrent à chaque fois que les cheminots se mettent en grève. A la suite du conflit de juin, BlaBlaCar a signalé que le nombre de personnes transportées par ses soins avait connu un pic de 120%. Pour le groupe SNCF, la concurrence de ce nouveau mode de transport ne se limite pas à l'Hexagone. Comme le rapporte le mensuel spécialisé « Ville, Rail & Transports », les activités canadiennes de Kéolis, la filiale dédiée au transport de proximité, ont plongé dans le rouge l'an dernier du fait de la concurrence d'un site local de covoiturage, qui a fait chuter le nombre de passagers de la ligne de bus Québec-Montréal.

Le covoiturage n'est sans doute pas pour rien dans la baisse de fréquentation des trains à grande vitesse hexagonaux depuis deux ans et demi. Frédéric Mazzella, le patron de BlaBlaCar, le souligne régulièrement en comparant le nombre de clients mensuels du site (1 million) à 2.000 rames de TGV pleines. Pour se poser en « *alternative sérieuse au train* », BlaBlaCar dispose d'un argument majeur : le prix. Ce mercredi, le site proposait des trajets à 30 euros en moyenne pour un Paris-Lyon le vendredi 11 juillet, alors que les billets de train étaient au minimum 2 fois plus chers. A ce prix-là, il faut accepter cinq heures de temps de parcours au lieu de deux, mais cela n'effraie pas de nombreux clients, à commencer par les étudiants.

Au niveau des trajets du quotidien, la dernière grève a révélé la pertinence du covoiturage entre collègues de travail.

Quand on sait avec quelle peine sur les lignes régulières, la LOTI – Loi d'orientation des transports intérieurs, retarde artificiellement l'émergence du transport routier par autobus face au train, le chemin de fer est bien pris dans une double tenaille.

La réforme du système ferroviaire qui vise à faire davantage participer l'usager par une hausse du prix des billets est un coup de grâce pour un système désuet qui ne perdurera que pour des marchés très spécifiques dont le transport de masse autour des métropoles.

Une fois de plus, face à un problème économique posé aux consommateurs par le marché, la réponse est violente et pleine de logique. Elle associe les utilisateurs grâce aux nouvelles techniques de communication et apporte une réponse fine à la diversité sans limite de la demande. L'automobile est en concurrence frontale renforcée avec les transporteurs.