

Blablacar : l'autostop réinventé à l'heure d'Internet

Bla Bla Car

I. Contexte

Les voitures sont généralement sous-occupées alors que le coût des transports ne cesse d'augmenter et que les préoccupations environnementales augmentent.

II. Qu'est-ce que le projet apporte de neuf ?

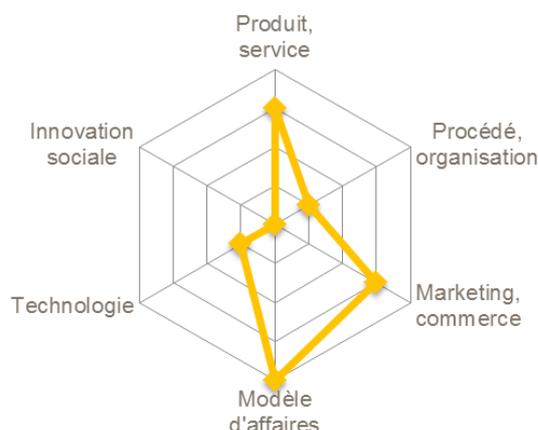
... à ses clients et utilisateurs

Les conducteurs peuvent réduire le coût de leurs trajets, de manière conviviale, en louant leurs places vides. Les passagers disposent d'une offre de transport bon marché et de plus en plus fiable.

... en termes de différenciation concurrentielle

La taille critique permet d'offrir un volume et une diversité de trajets (destinations, horaires...) qui rendent BlaBlaCar compétitif avec le train. Elle constitue une barrière à l'entrée pour d'autres plateformes de covoiturage. Le service de réservation et de paiement en ligne fiabilise la pratique du covoiturage, facilite la relation entre conducteurs et passagers et dégage des revenus pour la plateforme. Enfin, BlaBlaCar a créé une méthode et des outils qui visent à établir un lien de confiance interpersonnel entre conducteurs et passagers.

III. En quoi le projet innove-t-il ?



- d'abord, obtenir une masse critique d'utilisateurs : plus il y a de trajets proposés, plus il y a de passagers et vice versa ;
- une fois la masse critique obtenue, fiabiliser, enrichir et monétiser la rencontre entre offre et demande à l'aide de plusieurs dispositifs : la réservation et le paiement en ligne, le choix des "ambiances", etc. Cela permet à BlaBlaCar de prélever depuis 2012 (en France) une commission de 11 % sur le montant des trajets.

Marketing, commerce :

Le succès de BlaBlaCar s'appuie en particulier sur un dispositif de confiance reposant à la fois sur des éléments objectifs (paiement passant par la plateforme, authentification) et subjectifs (choix d'ambiance silencieuse ou conviviale, information sur le niveau d'expérience et la réputation des utilisateurs). L'objectif est de rendre l'expérience du covoiturage à la fois sûre et humainement riche. La méthode de construction de ce "cadre de confiance" a été formalisée et publiée sous l'acronyme D.R.E.A.M.S. (Declared, Rated, Engaged, Active, Moderated, Social).

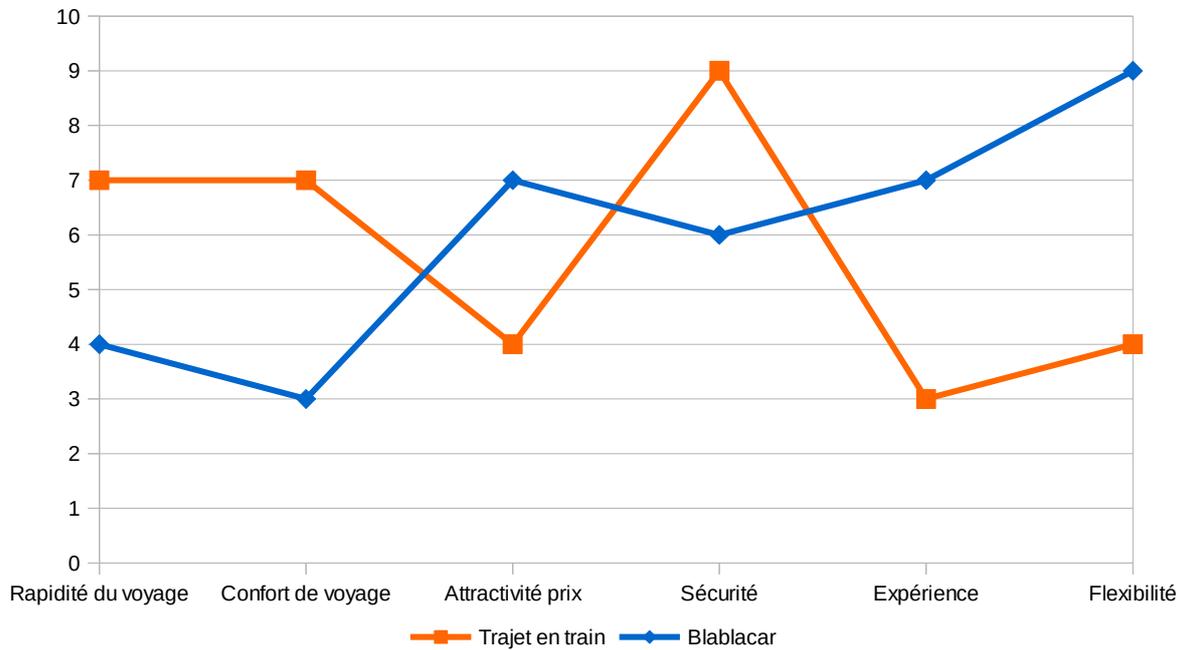
Produit/Service/Usage :

Un service de transport pratique, écologique, économique pour les passagers et rémunérateur pour les conducteurs. En créant un système de réservation de confiance, BlaBlaCar y ajoute fiabilité et sécurité.

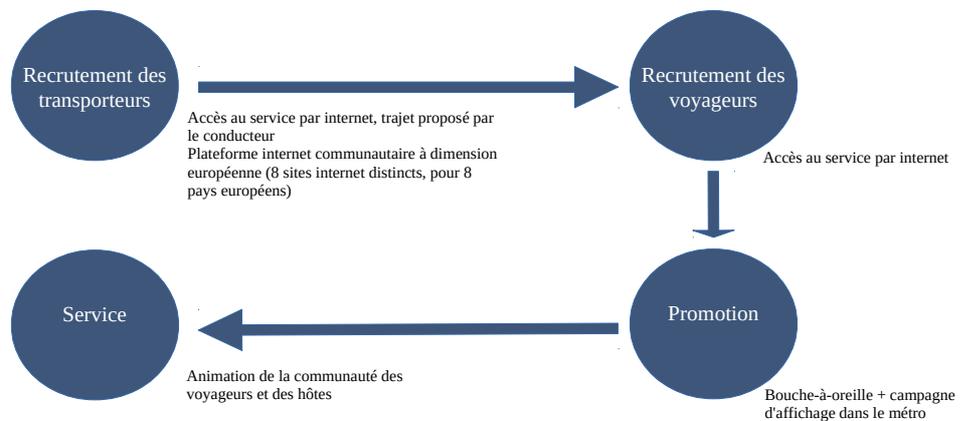
Modèle d'affaires :

Typique de la logique de plateforme :

IV. Proposition de valeur



V. Architecture de valeur



VI. Équation de profit

| | |
|---|---|
| CA | Coûts |
| <ul style="list-style-type: none"> * commission d'environ 10 % sur tous les trajets * taux de désistement très faible (<4%) * volume tiré par le succès de l'offre et l'eupéanisation du modèle | <ul style="list-style-type: none"> - * essentiellement le fonctionnement du site |
| ROCE = | |
| Immobilisations | BFR |
| <ul style="list-style-type: none"> * conception et développement du site internet | <ul style="list-style-type: none"> + * paiement à l'avance |

VII. Potentiel économique du projet

Le marché :

Le marché du covoiturage est conséquent puisqu'aujourd'hui 2 millions de personnes par mois voyagent grâce aux services de BlaBlaCar en Europe. Depuis 2010, l'entreprise a connu une croissance de 100 % par an.

La concurrence :

La concurrence est constituée d'autres plateformes de covoiturage, mais aussi d'autres moyens de transport (train, avion...).

L'ambition de l'entreprise :

BlaBlaCar souhaite confirmer son leadership français et devenir leader dans la plupart des marchés européens (résultat atteint dans 10 pays en 2014), voire au-delà.

VIII. Enjeux et effets indirects

BlaBlaCar réduit le coût de la mobilité, la rendant ainsi plus accessible. Ses utilisateurs déclarent se sentir davantage mobiles et avoir renforcé les liens avec leurs proches.

L'amélioration du taux d'occupation des véhicules (presque 3 passagers en moyenne en co-voiturage interurbain contre 1,8 passager sans co-voiturage) permet de réaliser des économies de carburant et de réduire les émissions de CO2 liées aux déplacements.

IX. Risques et besoins

Tout le monde connaît aujourd'hui BlaBlaCar. Mais plaçons-nous en 2010, quand BlaBlaCar avait besoin d'un soutien pour son développement.

- Risques du projet :
- Ne pas parvenir à la masse critique d'utilisateurs ou échouer à constituer une communauté.
 - Ne pas parvenir à monétiser le service (protestations de la communauté des premiers utilisateurs, désertion massive vers une autre plateforme...).
 - Echouer dans la pénétration d'autres marchés.
- Besoins des entrepreneurs :
- En 2010, le besoin de financement visait en priorité :
 - à atteindre rapidement la masse critique sur les différents marchés ;
 - à soutenir la croissance de l'activité.



A propos de ... BlaBlaCar

BlaBlaCar est le leader européen du covoiturage longue distance. L'entreprise met en relation les conducteurs et les passagers souhaitant partager les frais d'un même trajet. Les conducteurs publient une annonce dans laquelle ils décrivent leur trajet et indiquent leur nombre de places libres. Les passagers obtiennent la liste des conducteurs effectuant le trajet qui les intéresse grâce à un moteur de recherche avancé (départ, arrivée, dates, heure, genre du conducteur, fumeur ou non, nombre d'avis...).

Dans chaque pays, la démarche de développement de l'entreprise consiste :

- à créer rapidement une masse critique d'utilisateurs ;
- puis à enrichir l'offre en se positionnant comme une plateforme de confiance : évaluation des conducteurs et des passagers, gestion des réservations et des flux financiers (sources des revenus de l'entreprise), enrichissement qualitatif de la rencontre conducteurs-passagers.

Entreprise

Comuto SA, Société Anonyme au capital de 86 200 € créée en 2006 (Paris).

En 2014 : Levée de fonds de 100 millions de \$ auprès du fonds d'investissement Index Ventures

Dirigeants

Frédéric MAZZELLA, Nicolas BRUSSON, Francis NAPPEZ

Actionnaires

Fondateurs, JS&I Gestion, Accel Partners, Lead Edge Capital.