

Le Uber du Airbnb livre une guerre sans merci au BlaBlaCar du Netflix

Camping-Car Mon Amour et LoveCaravane veulent toutes deux conquérir les autoroutes françaises. Du spécialiste du VTC digital ou de l'expert en économie collaborative, qui deviendra la nouvelle licorne chouchoute des Français ? Maddyness refait le match.

Temps de lecture : minute

1 avril 2017

C'est une guerre marketing qui ne dit pas son nom, un conflit larvé entre pros de la com, une lutte de territoire sans merci dans le monde des startups françaises. D'un côté, Camping-Car Mon Amour, qui se définit comme "*le Uber du Airbnb*". De l'autre, LoveCaravane, qui préfère résumer son activité comme "*le croisement entre BlaBlaCar et Netflix*". Le premier propose à des chauffeurs VTC de conduire des vacanciers à destination en camping-car, tandis que le second met en relation des particuliers avec les camions acheminant le matériel de séries télévisées sur les lieux de tournage.

L'enjeu est de taille : laquelle de ces deux jeunes pousses parviendra à conquérir les autoroutes françaises ? "*Nous avons lancé ce concept tout à fait disruptif il y a plus de trois ans, fulmine Alexandre Duklaxon, CEO de Camping-Car Mon Amour. Nous donnons la possibilité aux chauffeurs VTC pressurés par les plateformes de s'inscrire sur une autre plateforme digitale pour diversifier leurs sources de revenus. L'avenir, c'est le VTC longue distance.*" Tandis que son concurrent, Nicolas Delaroue, cofondateur de LoveCaravane, estime lui que "*2017 est l'année de l'économie collaborative*". "*Le succès de BlaBlaCar a montré que les*

Français sont prêts à partager et c'est ce que nous leur proposons : un trajet in situ pour s'immerger dans l'univers de leurs séries préférées."



Smart camping-cars VS UX

Chacune des startups a des arguments à faire valoir pour défendre son concept. Camping-Car Mon Amour vante ses smart camping-cars, *"qui se conduisent presque tout seuls tant les passagers oublient la présence du chauffeur"*. De son côté, LoveCaravane préfère insister sur *"l'expérience client"*. *"Nos membres ont l'opportunité unique de voyager avec l'assistant du cameraman qui a peut-être vu Gérard Depardieu sur le tournage de Marseille."*

Cette rivalité cache en réalité des visions antagonistes du futur de la mobilité. Alexandre Duklaxon évoque *"l'ère de l'Uber-mobilité, au-delà de la mobilité et au-delà d'Uber après son ubérisation"*. Pour l'entrepreneur, la solution proposée par Camping-Car Mon Amour est le seul moyen *"d'éviter que, demain, nous soyons tous conduits par des robots"*. Le seul

point sur lequel, finalement, les deux hommes s'accordent, puisque Nicolas Delaroue veut lui aussi "*remettre l'humain au coeur de la mobilité, à la place qui est la sienne : à l'arrière des voitures*".

Pour ceux qui seraient arrivés au bout de cet article, merci... mais vous n'y avez pas vraiment cru, quand même ? Bon 1er avril !

Article écrit par Maddyness