

BlaBlaCar est désormais valorisée 2 milliards de dollars

BlaBlaCar vient de réaliser un nouveau et sûrement dernier tour de table de 115 millions de dollars (97 millions d'euros), sur une valorisation de 2 milliards de dollars, soit environ 1,66 milliard d'euros. La société laisse entendre que la prochaine étape devrait être une introduction en Bourse, espérant marcher sur les traces de son modèle AirBnB dans le tourisme.

Temps de lecture : minute

21 avril 2021

Créée en 2006, BlaBlaCar signe ce qui devrait être sa dernière levée de fonds avant une espérée introduction en Bourse. Mais rien n'est moins sûr, compte tenu du contexte économique. En attendant, l'un des emblèmes de la FrenchTech annonce un nouveau financement de 115 millions de dollars, soit 97 millions d'euros, ce qui lui permet de voir venir. Ce nouveau tour de table inclut l'investisseur existant VNV Global, ainsi que deux nouveaux entrants : Otiva J/F AB et FMZ Ventures. "*BlaBlaCar est au transport ce qu'AirBnB est à l'hébergement. C'est la seule marketplace globale de la mobilité qui bénéficie d'une source d'offre unique et difficile à répliquer, d'un engagement très fort de la part de sa communauté et d'une marque puissante*" , indique Per Brilioth, CEO de CNV Global, cité dans un communiqué.

Selon les données de Crunchbase, cette somme porterait à 613 millions de dollars — 500 millions d'euros — l'argent amassé depuis 15 ans par l'entreprise de transport auprès d'une quinzaine d'investisseurs différents. "*Aujourd'hui, avec ce plan de financement, on se retrouve avec plus de 200 millions de cash, ce qui nous permet d'être agressifs*" , déclare

Nicolas Brusson à l'AFP. L'opération valorise la société à 2 milliards de dollars.

Le dirigeant estime que cette levée de fonds sera sans doute la dernière du genre avant une introduction en bourse, pour laquelle aucune date n'est encore vraiment fixée, l'objectif étant pour l'instant *"d'amener la société fin 2022 à nouveau à la rentabilité, en croissance"* . *"C'est l'ambition et c'est l'esprit. Après on navigue, il y a des inconnues et des surprises"* avec le Covid, admet Nicolas Brusson. BlaBlaCar veut profiter de la sortie de la crise sanitaire pour être *"agressif"*, tant en Europe que sur des marchés plus lointains, explique son directeur général Nicolas Brusson dans un entretien à l'AFP. Un terme déjà employé en 2019 auprès de Maddyness pour expliquer la stratégie avec les trajets en bus...



À lire aussi

BlaBlaCar confine ses bus jusqu'au printemps mais maintient le covoiturage

BlaBlaCar, qui n'a jamais publié ses comptes, avait gagné de l'argent en 2018. Mais les acquisitions en 2019 — dont Quibus, la compagnie de "cars Macron" de la SNCF — l'ont replongé dans le rouge, couplées à l'arrivée

de "la météorite Covid" . L'entreprise perd toujours de l'argent, mais elle "a pris des parts considérables de marché aux autres acteurs du transports qui ont plus de difficultés à gérer cette crise parce qu'ils ont beaucoup plus de coûts fixes" , expose le dirigeant. D'où "une phase post-Covid d'investissement, parce que les cartes sont rebattues dans le monde du transport, et c'est vraiment en notre faveur" , insiste-t-il.

Vente de billets de trains

Sur son coeur historique, l'Europe occidentale, il ne doute pas une seconde que le covoiturage repartira très fort dès la levée des restrictions de circulation. Entre confinements et télétravail, le covoiturage courte-distance a été mis à rude épreuve. l'entreprise se montrait à l'automne dernier pourtant serein sur ses capacités de résilience. "En France, les volumes en sont à peu près la moitié de 2019 à la même période, alors qu'on est quand même en confinement" , remarque-t-il. "Il y a une population frustrée qui veut voyager --plus jeune que la moyenne, comme le sont souvent nos membres. Il y aura une accélération très rapide en France et dans les pays européens, c'est très clair. Ce qui est moins clair, c'est le timing!"

Nicolas Brusson veut aussi "redéployer très rapidement le réseau de bus" (les autocars, jusqu'à présent appelés BlaBlaBus), en France et en Allemagne fin mai-début juin notamment. "L'idée c'est qu'en 2022 on soit capable de proposer un réseau de bus qui soit au moins deux fois celui de 2019" , précise-t-il. Il veut aussi commencer à proposer des voyages en train sur sa plateforme. Le cofondateur voit aussi plus loin, considérant "qu'aujourd'hui, 80% de l'usage de BlaBlaCar est hors Europe".

L'international, le fil à la patte

Ce domaine "hors Europe" occidentale, qui pour lui commence en Pologne et comprend la Russie, l'Ukraine, l'Inde, le Brésil ou le Mexique, est la

nouvelle frontière de l'entreprise. C'est en tout cas son fil à la patte, son relai de croissance et de monétisation tant espéré. L'entreprise a déjà tenté l'expansion, sur son coeur de métier, sans grand succès : elle a ainsi dû se résoudre à fermer des bureaux (Turquie, Inde et Mexique) en 2016 et 2017, et rationaliser les coûts en se séparant de 150 personnes. Aujourd'hui BlaBaCar compterait 680 salariés.

Mais dirigeants et fondateurs pensent BlaBlaCar mieux armée avec une gamme de services étendue : outre le covoiturage comme partout ailleurs, l'entreprise propose aussi dans ces pays des réservations en ligne de billets d'autocars, agrégeant des liaisons proposées par plus de 7 000 transporteurs locaux. Contrairement à la France ou à l'Allemagne, l'entreprise n'y organise pas ses propres lignes sous sa marque, mais sert de place de marché. Et au Brésil comme en Inde, le Covid-19 ne semble pas décourager les utilisateurs.

"L'idée c'est vraiment d'appuyer sur l'accélérateur dans tous ces pays-là" où l'activité est déjà en plein essor, pointe M. Brusson. Il envisage "un mélange de croissance organique et d'acquisitions en fonction des opportunités d'accélération" . Comme en Ukraine, où BlaBlaCar vient de racheter Octobus, une startup spécialisée dans la numérisation des services des opérateurs de cars.