

BlaBlaCar s'offre OuiBus (et lève, accessoirement, 101 millions d'euros)

Le groupe SNCF a annoncé aujourd'hui la vente de Ouibus, son activité de cars longue distance, à BlaBlaCar. Une opération qui est rendue possible par une levée de fonds de 101 millions d'euros, à l'occasion de laquelle la startup fait entrer le groupe ferroviaire à son capital.

Temps de lecture : minute

12 novembre 2018

C'est un véritable jeu de dominos à n'en (presque) rien comprendre. Le groupe SNCF a annoncé ce lundi soir, suite au conseil d'administration de sa filiale SNCF Mobilités, la vente de son activité d'autocars longue distance OuiBus à BlaBlaCar... tandis que ce dernier a officialisé sa levée de 101 millions d'euros auprès de ses investisseurs historiques et de... la SNCF. Cela lui permettra d'ailleurs de poster ses offres de trajets en bus et de covoiturage sur la plate-forme de réservations oui.sncf d'ici la fin de l'année. Vous suivez toujours ?

L'opération permettra à OuiBus (qui accumule 165 millions d'euros de pertes depuis 2013, dont 36 millions d'euros en 2017), entre autres, de profiter de la force de frappe de BlaBlaCar et ses 65 millions d'utilisateurs répartis dans 22 pays. L'objectif : déployer le service à l'international, comme l'explique à nos confrères des Échos Nicolas Brusson, directeur général de BlaBlaCar. " *Ouibus est un énorme succès français que nous voulons développer au niveau européen en intégrant le car longue distance à notre offre, comme nous l'avons fait avec succès en Russie.* " Une intégration que Frédéric Mazzella, cofondateur de BlaBlaCar, estime

avoir toujours été dans l'ADN de la plateforme. *"Ce projet s'inscrit dans notre vision : offrir à nos membres une mobilité partagée, pratique et économique, qui réduit l'impact environnemental de nos déplacements. Notre mission a toujours été de remplir les véhicules vides et un bus rempli émet 10 fois moins de CO2 par personne qu'un voyage seul en voiture."*

Autrefois considérés comme concurrents, les deux acteurs s'allient ainsi aujourd'hui afin de faire la guerre à la voiture autonome (et surtout de prendre des parts de marchés). Ceux-ci, qui avaient débuté un travail main dans la main lors des dernières grèves des transports afin d'aider les voyageurs à se déplacer au mieux, misent désormais tout sur une montée en puissance de BlaBlaCar. En espérant que l'entreprise réussisse vraiment à pérenniser la rentabilité de son modèle, qu'elle a annoncé avoir atteint il y a quelques mois à peine.



À lire aussi

Management, internationalisation, monétisation, où en est

(vraiment) BlaBlaCar ?

Article écrit par Iris Maignan