

Covoiturage : l'Allemand FlixBus vient marcher sur les plates-bandes de BlaBlaCar

En pleines grèves, la société-mère allemande de FlixBus lance une offre gratuite de covoiturage longue distance en France, complémentaire de son réseau de bus.

C'est un cadeau de Noël empoisonné que [BlaBlaCar](#) découvre sous son sapin. FlixBus, la maison-mère allemande de FlixBus, annonce ce mardi lancer une offre de covoiturage longue distance complémentaire de son réseau de bus longue distance. « *Nous sommes fiers d'inaugurer FlixBus en France. FlixBus fait partie de notre ADN, celui d'offrir toujours plus d'alternatives durables de mobilité, au meilleur prix* », annonce Yvan Lefranc-Morin, dirigeant de FlixBus pour la France.

En pleine période de grèves, l'offre FlixBus permettra de proposer aux clients de l'entreprise « *une complémentarité dans l'offre et dans le choix* », précise la marque. Ainsi, des trajets en covoiturage seront proposés sur des axes « *actuellement pas ou peu desservis par FlixBus* », qu'il est possible de réserver même en dernière minute, par exemple pour remplacer un train supprimé... « *Avec FlixBus, nous offrons aux voyageurs une autre possibilité de se déplacer, avec une granularité géographique plus fine que pour le car, tout en restant aussi accessible et écologique. FlixBus permet à la fois de développer notre réseau et d'offrir davantage de connexions porte-à-porte aux voyageurs : après un trajet en FlixBus, le covoiturage peut ainsi prendre le relais pour permettre aux usagers de rejoindre facilement leur destination en*

voiture », explique Yvan Lefranc-Morin.

La même stratégie que BlaBlaCar

Un discours qui rappelle celui de Nicolas Brusson, CEO de BlaBlaCar. Et pour cause : l'entreprise a mis la main il y a quelques mois sur le réseau de bus OuiBus de la SNCF, depuis rebaptisé BlaBlaBus, là aussi avec l'idée de développer une offre de mobilité plurielle qui permet aux clients de réaliser l'intégralité de leur trajet avec BlaBlaCar. La comparaison ne s'arrête pas là puisque FlixBus duplique également la stratégie de partenariat de l'entreprise française, en s'alliant à Ornikar pour offrir tous les mois une formation au permis de conduire à l'un de ses clients.

À lire aussi

[Pourquoi BlaBlaCar se lance dans les bus longue distance en rachetant Ouibus](#)

FlixBus assume d'ailleurs concurrencer le géant du covoiturage sur son terrain de prédilection. « *Près de 8 conducteurs·trices sur 10 (78%) se disent prêts à changer de plateforme de covoiturage* », annonce fièrement l'entreprise - un chiffre à relativiser, le sondage n'ayant été réalisé qu'auprès d'un panel très réduit, seulement 263 covoitureurs français. Reste à savoir si la gratuité du service - comme BlaBlaCar l'avait expérimentée à son lancement pour faire grossir sa base utilisateurs - suffira à déstabiliser le quasi-monopole de la scaleup française. BlaBlaCar a évangélisé le marché et ne compte pas laisser un autre en profiter.

Article écrit par GERALDINE RUSSELL