

07 août 2014, par Jérôme Marin

Pourquoi Uber et Lyft lancent la bataille du covoiturage

Recommander 62

Tweet 187

G+1 21

Share 7



S'abonner Inscription pour voir qui vos amis suivent.

Suivre @Jeromemarinsf 2 569 abonnés

UberPool, Lyft Line. En moins de douze heures d'intervalle, Uber et Lyft ont officialisé le lancement de deux nouveaux services similaires, situés entre les chauffeurs privés et le covoiturage. Leur principe: plusieurs personnes, qui ne se connaissent pas, se trouvant dans le même quartier et souhaitant se rendre au même endroit partagent la même voiture. En échange, ils bénéficient de prix cassés par rapport aux services de VTC (voitures de tourisme avec chauffeur) traditionnels et aux taxis.

Les deux start-up rivales ouvrent ainsi un nouveau terrain d'affrontement. Depuis plusieurs mois, elles se rendent coup pour coup. L'annonce d'Uber, quelques heures avant celle de Lyft, semble d'ailleurs avoir été précipitée : peu de détails et seulement une phase de tests privés qui débutera le 15 août. Comme si la société dirigée par Travis Kalanick avait voulu devancer son concurrent, qui propose déjà un service fonctionnel, mais uniquement disponible à San Francisco.

UN VIDE À COMBLER

Ces nouveaux services visent à "comblé un vide dans l'offre actuelle de transport", explique Snir Kodesh, co-fondateur et directeur général d'Hitch, une start-up qui s'est lancée sur ce marché au début de l'été. Ils offrent un compromis entre les bus municipaux "pas chers mais lents" et les chauffeurs privés et les taxis "rapides mais chers".

Ils sont ainsi destinés aux utilisateurs des transports en commun qui souhaitent gagner du temps, sans trop se ruiner. Mais aussi aux utilisateurs d'Uber et Lyft qui veulent économiser sans pour autant délaisser le confort et la rapidité de ces moyens de transport. Chez Lyft, les clients qui décident de partager leur trajet avec des inconnus économiseront ainsi jusqu'à 60% par rapport aux tarifs habituels. Uber promet de son côté 40% de rabais sur les prix de son service UberX.

En contrepartie, le trajet sera un peu plus long, le temps de récupérer tous les passagers puis de les déposer. Mais la durée du voyage devrait rester bien inférieure aux transports en commun, notamment dans une ville comme San Francisco où le système, sans être catastrophique, n'est pas forcément très efficient.

À LIRE ÉGALEMENT



Hitch, la start-up qui a inspiré UberPool et Lyft Line

La jeune société mise sur le bouche à oreille pour attirer de nouveaux adeptes et recruter de nouveaux chauffeurs (...)

DES AUTOMOBILISTES À CONVERTIR

A plus long terme, ces services doivent aussi s'adresser aux automobilistes. "A ce prix là, le coût d'Uber devient vraiment compétitif avec celui de posséder une voiture", assure la société sur son blog. Cela s'inscrit donc parfaitement dans la vision de son fondateur, convaincu que de plus en plus d'automobilistes renonceront à leur véhicule au profit des sociétés de transport. Entre l'achat, l'entretien, l'assurance, l'essence, le parking, il sera, selon M. Kalanick, bientôt plus avantageux d'utiliser Uber, même très régulièrement.

L'opportunité est "immense", selon l'entrepreneur: rien qu'à San Francisco, 22 milliards de dollars (16,4 milliards d'euros) sont dépensés chaque année dans les transports. Uber et Lyft espèrent bien grappiller une part croissante de ce pactole. Pour y parvenir, les deux rivaux doivent cependant baisser leur prix. Leurs services de covoiturage est un bon moyen d'y parvenir, en introduisant une option plus abordable pour les clients qui le souhaitent. Sans toutefois réduire les revenus de leurs chauffeurs.

À LIRE ÉGALEMENT



Travis Kalanick, l'homme qui veut tuer l'industrie du taxi

"Notre adversaire est un connard, qui s'appelle Taxi". Le fondateur et patron d'Uber, ne mâche pas ses mots lorsqu'il évoque l'industrie du taxi (...)

DES CHAUFFEURS À SATISFAIRE

Il s'agit en effet d'un point capital pour les deux start-up, prises en étau entre la volonté d'attirer de nouveaux clients et la nécessité de satisfaire leurs chauffeurs. Elles ont besoin de ces derniers pour augmenter le nombre de véhicules en circulation et ainsi répondre à la croissance de la demande. L'équation est d'autant plus délicate que les chauffeurs sont des travailleurs indépendants, qui peuvent aussi faire jouer la concurrence entre les différentes plates-formes.

La réponse d'Uber et Lyft à ce problème a, jusqu'à présent, consisté à baisser leurs commissions, généralement fixées à 20%. Uber va même plus loin: dans la région de San Francisco, [elle reverse désormais davantage aux chauffeurs qu'elle ne fait payer ses clients](#). Mais ce modèle n'est bien entendu pas viable à long terme. Les trajets collectifs peuvent répondre à ce problème, en offrant des prix inférieurs aux clients et une rémunération stable voire en hausse aux chauffeurs.

Ces services proposent en effet des prix fixes, qui ne varient pas selon le nombre de passagers transportés. Avec un seul passager, le chauffeur est perdant par rapport aux services traditionnels. Sa rémunération est sensiblement la même avec deux personnes dans sa voiture. Mais elle est supérieure lorsqu'il transporte trois passagers. C'est l'un des principaux enjeux de ces nouvelles offres: optimiser leur algorithme et séduire suffisamment de clients pour multiplier le nombre de courses à plein et limiter celles avec seulement un passager. C'est seulement de cette manière que tout le monde sera gagnant.