

# Le marché des autocars veut accélérer sa croissance



Face à la demande croissante, les opérateurs se lancent dans une course aux innovations qui vire en une vraie guerre pour des parts de marché. Photo Gilles Rolle/RÉA

- Les opérateurs ouvrent de nouvelles lignes.
- Sur un marché qui se concentre, ils développent des services comme la vidéo à la demande.

## TRANSPORT

Les vacances d'été, porteuses pour le marché de l'autocar longue distance, sont l'occasion de faire le point sur un secteur en plein essor. Le 1<sup>er</sup> juillet, le géant allemand Flixbus a annoncé le rachat des activités européennes de la compagnie britannique Megabus. Quelques semaines auparavant, son concurrent français Ouibus annonçait un partenariat avec Starshipper, un réseau de PME de transport aux niveaux régional et local.

Pour le ministre de l'Economie, Emmanuel Macron, auteur de la loi qui a libéralisé ce marché il y a un an, cette consolidation est « *tout à fait normale* », a-t-il déclaré mardi, lors du lancement des nouvelles offres de Ouibus pour l'été. Quant à son incidence sur les prix pour les voyageurs, le ministre a constaté que ceux-ci « *sont en train de se stabiliser* », ajoutant qu'il « *faut bien que*

*tout le monde puisse vivre* ». Ce à quoi le PDG de la filiale de la SNCF, Roland de Barbentane, a renchéri : « *Les entreprises ne peuvent pas vivre aux niveaux de prix actuels*. » Les tarifs devraient d'ailleurs encore grimper progressivement. Le patron de Ouibus s'étant donné « *un objectif de rentabilité à trois ou quatre ans* ».

### Offres de desserte locale

Ce mardi, la compagnie inaugurerait aussi l'ouverture à la vente de ses nouvelles destinations pour des voyages à partir du 25 juillet. Une façon de multiplier son offre par quatre en proposant 1.500 trajets reliant 120 destinations. Elle ajoutera en outre 41 lignes uniquement ouvertes cet été.

Grâce à son rapprochement avec Starshipper, Ouibus propose aussi des offres de desserte locale, jusqu'aux stations de montagne. Autre nouveauté de cet été, la compagnie assure désormais la gestion des correspondances pour les voyageurs.

Autant d'innovations qui seront prises en compte dans sa nouvelle application pour smartphone qu'elle lancera le 25 juillet prochain.

Par ailleurs, les opérateurs cherchent à améliorer les services qu'ils délivrent. Ainsi, l'application Ouibus se dotera d'un système pour géolocaliser les bus et informer en temps réel ses passagers sur le temps d'attente ou de trajet. La compagnie a aussi décidé de mettre en place une offre de vidéo à la demande. Plus de 250 films peuvent être téléchargés, dès l'achat du billet, sur son propre ordinateur ou sa tablette, pour un supplément de 3 euros. Une manière aussi de se procurer des recettes additionnelles. De nouveaux services que le patron de Ouibus voit comme « *le marqueur de l'ADN de service public* » du groupe SNCF.

Ses concurrents privés Isilines et Flixbus ne sont pas en reste. Ils ont eux aussi lancé de nouvelles destinations pour l'été et renforcé leurs

## Il a dit



« Il y a eu 1.500 emplois de créés chez les transporteurs sans compter les emplois induits. »

**EMMANUEL MACRON**  
Ministre de l'Economie

Photo Shutterstock

offres sur les lignes en direction des grandes destinations de vacances. « *Les Français sont en train de redécouvrir ce mode de transport* », constate Roland de Barbentane. Et, face à cette demande croissante, les opérateurs se lancent dans une course aux innovations qui, au cœur de l'été, vire en une vraie guerre pour des parts de marché. — J. T.

## En Italie aussi les cars concurrencent le rail

Les compagnies ferroviaires Trenitalia et NTV ont lancé leurs propres compagnies d'autocars il y a un mois.

**Olivier Tossier**

— Correspondant à Rome

Pour le transport de marchandises comme pour celui des passagers, l'Italie a toujours préféré la route au rail. Pas seulement le camion ou la voiture, mais aussi les autocars low cost, en plein boom de l'autre côté des Alpes. La libéralisation du marché a été lancée dès 2013, deux ans plus tôt qu'en France (lire ci-dessus) et a remporté un franc succès. En février dernier, l'autocariste allemand Flixbus a ouvert 3 nouvelles lignes à destination de la péninsule (Paris-Gênes, Paris-Milan et Marseille-Turin). Il vient en outre de racheter les activités continentales de son concurrent britannique Megabus qui, le 24 juin, ouvrait des liaisons entre 13 villes italiennes.

Aujourd'hui, la flotte d'une centaine d'autocars Flixbus dessert une soixantaine de cités en Italie, pour un millier de liaisons par jour. Depuis ses débuts en 2015, l'allemand a vendu 500.000 billets en Italie et autant pour les parcours vers des pays étrangers. Globalement, le nombre de passagers a augmenté



Pas moins de 200 compagnies d'autocars opéreraient en Italie. Une concurrence qui a poussé la compagnie ferroviaire Trenitalia notamment à lancer sa propre ligne de bus, Freccialink.

de 25 % entre mars et avril dernier, après une augmentation de 50 % entre février et mars. Le marché représente dans son ensemble 7 millions d'usagers par an et enregistre une croissance de 10 %.

### Une offre pléthorique

Les clients sont le plus souvent des jeunes, des étudiants, mais aussi de plus en plus de personnes âgées et de familles en ces années de crise économique. La modicité des prix du billet y est évidemment pour quelque chose. Ils varient de 1 euro à une moyenne de 10 pour les low cost et de 20 euros pour un voyage de

200 kilomètres à 60 euros pour un trajet de 1.000 km pour les autres compagnies. De quoi faire oublier les sept heures et demie d'un Rome-Milan en autocar contre les trois heures proposées par le TGV.

Pas moins de 200 compagnies d'autocars opèrent en Italie d'après l'Anav, association professionnelle du secteur. Cette concurrence a d'ailleurs poussé les compagnies ferroviaires Trenitalia et NTV à lancer leurs propres lignes routières sous les marques Freccialink et Italo-bus. Elles ont fait leurs débuts le mois dernier. Leurs bus relient les villes où n'arrive pas le TGV et pal-

# 7

**MILLIONS**

Le nombre d'usagers des autocars longue distance en Italie en un an.

lient les suppressions de trains décidées en 2011 par le ministère des Transports. Ils misent sur une amélioration du service, en offrant wi-fi, télévision et bar, et réussissent à convaincre de plus en plus d'usagers, en particulier ceux qui voyagent de nuit. ■