

INTERVIEW // ANDRÉ SCHWÄMMLEIN Fondateur et PDG de FlixBus

« Si les autres opérateurs de cars veulent continuer à perdre de l'argent, c'est leur choix »

- La start-up allemande FlixBus revendique la place de leader sur le marché des « cars Macron », libéralisé à l'été 2015.
- Son fondateur est convaincu qu'au moins un de ses concurrents, Ouibus ou Isilines, devra jeter l'éponge.

Propos recueillis par
Antoine Boudet
aboudet@lesechos.fr
et **Lionel Steinmann**
lsteinmann@lesechos.fr

Jusqu'où ira FlixBus ? Lancée à l'occasion de la libéralisation du transport par autocar en Allemagne, la jeune start-up allemande a écœuré en moins de quatre ans des concurrents aussi solides que la Deutsche Bahn et la Deutsche Post, qui ont jeté l'éponge. Elle détient désormais 90 % du marché. FlixBus a également de solides ambitions à l'international, et notamment en France, malgré la concurrence de Ouibus (filiale de la SNCF) et celle d'Isilines (groupe Transdev). Dans une interview aux « Echos », André Schwämmlein, fondateur et PDG de la jeune pousse, estime qu'au moins l'un de ces deux grands groupes publics finira par se retirer. Et n'écarter pas, à moyen terme, une implantation sur le marché américain.

Dix-huit mois après son lancement, comment se porte FlixBus en France ?

Nous sommes clairement leader, avec 3,3 millions de passagers transportés en 2016 sur un total d'environ 6 millions et nous souhaitons continuer à développer notre offre. Nous croyons beaucoup dans ce marché. La voie choisie pour le libéraliser en 2015, avec à la fois une grande simplicité pour ouvrir une ligne au-dessus du seuil de 100 kilomètres et la création d'une autorité de régulation, a

permis une ouverture à la fois équitable et efficace. Cela a pris beaucoup moins de temps qu'en Allemagne. C'est une des raisons pour lesquelles l'autocar rencontre autant de succès en France.

« La voie choisie pour libéraliser le marché français en 2015 a permis une ouverture à la fois équitable et efficace. »

Le marché français est passé en quelques mois de cinq à trois opérateurs, mais tous sont encore déficitaires. La consolidation doit-elle se poursuivre ?

Nous sommes persuadés que nous pouvons être rentables dans la configuration actuelle du marché. Nous sommes moins sûrs que cela puisse être le cas pour nos concurrents, qui n'ont pas notamment la même structure de coûts. Le marché garde une tendance naturelle à la consolidation. Si les autres opérateurs veulent continuer à perdre de l'argent, c'est leur choix ! Il n'y a pas un pays où nous nous sommes implantés où l'opérateur ferroviaire historique n'a pas cherché à nous concurrencer. Mais, si les grands groupes ont de larges réserves financières, ils doivent rendre des comptes, que ce soit aux actionnaires ou aux contribuables, et il est difficile d'expliquer année après année pourquoi ils persistent dans



André Schwämmlein, fondateur et PDG de FlixBus, pense dégager des bénéfices en France en 2018.

une activité dans laquelle ils accumulent les déficits. C'est pour cela que la Deutsche Bahn s'est retirée du marché allemand, pas par manque de moyens. En revanche, elle a fait des efforts pour améliorer le voyage en train, ce qui lui a permis d'augmenter le nombre de passa-

gers. Au final, c'est le marché global de la mobilité qui a augmenté.

Quand pensez-vous dégager des bénéfices en France ?

Nous sommes rentables en Allemagne depuis l'an dernier et nous le serons cette année sur l'ensemble

« Je suis confiant dans le fait que FlixBus pourrait avoir du succès aux Etats-Unis. »

du groupe. En France, tout indique que nous dégagerons des bénéfices en 2018. Une partie de notre réseau est déjà rentable.

Quelle est votre approche pour faire la différence avec vos concurrents ?

Sur les marchés où nous nous implantons, nous apportons une marque jeune et fraîche, et une nouvelle manière d'aborder le secteur, qui va bien au-delà du simple fait de faire rouler des cars. Ce n'est pas que du transport, mais aussi un travail sur la marque, l'analyse des données pour comprendre les clients et beaucoup de technologie. Rien qu'en Allemagne nous avons 150 développeurs dans nos équipes.

Votre essor à l'international passera-t-il par les Etats-Unis ?

En ce moment, nous nous concentrons sur notre développement en Europe. Ces deux dernières années, nous avons toutefois pu constater que notre concept et notre « business model » marchaient également très bien hors d'Allemagne, et pas seulement dans les marchés qui viennent juste de s'ouvrir – comme la France –, mais aussi dans les pays nordiques comme la Suède ou le Danemark, où le marché des autocars est libéralisé de longue date. Je suis donc confiant dans le fait que FlixBus pourrait avoir du succès aux Etats-Unis. Je ne dis pas que nous le ferons demain, mais c'est un marché très intéressant qui est, au plan mondial, celui qui a le plus de similitudes avec le marché européen. ■