

Interview Tech Me Up ! - Frédéric Mazzella - Fondateur BlaBlaCar - 10/10/2018

Key learnings

- 3 grands changements dans la mobilité aujourd'hui: partage, connectivité et autonomie
- Dans un modèle de marketplace, il faut qu'une très forte confiance s'établisse pour qu'il y ait des transactions. BlaBlaCar a travaillé la confiance selon le modèle DREAMS: des informations Déclarées, R comme rated, E comme engaged, A comme active, M comme moderated, S comme Social
- Les trois grandes technologies qui nous permettent d'avoir des plateformes de partage de tout un tas de choses sont la connectivité, les bases de données et les moteurs de recherches. Quand on combine ces trois technologies, qu'on maîtrise plutôt bien aujourd'hui, on arrive à développer des services divers qui offrent une rationalisation incroyable
- Les choses évoluent tellement vite qu'il faudra être capable d'évoluer et d'apprendre en permanence

BlaBlaCar et son avenir

Pouvez-vous présenter BlaBlaCar en quelques chiffres marquants?

BlaBlaCar aujourd'hui, c'est 65 millions de membres actifs dans 22 pays, dont 15 millions en France; et 40% des 18-35 ans en France sont inscrits sur BlaBlaCar.

BlaBlaCar commence à développer d'autres services (assurance, "point to point", BlablaLines). Quelle est votre vision pour BlaBlaCar à 5 ans ?

Quand on est une startup, on innove en permanence. C'est ce que l'on a fait au cours des dernières années, et plus récemment en développant le "point à point": fonctionnalité de proximité qui permet de rechercher le long des itinéraires des conducteurs, et qui permet de trouver des trajets un peu improbables d'un petit village à un petit village ou d'un petit village à une grande ville. On a aussi développé le covoiturage courte distance avec BlaBlaLines, on fait des offres assurantielles maintenant. C'est vrai qu'on se développe beaucoup, et qu'on est assez prolixe en matière d'innovation. Du coup pour le futur de BlaBlaCar, restez branchés, ça vient !

Vision du futur de la mobilité

Les solutions de mobilité urbaine se développent très vite (Cityscoot, Ofo, Lime, Drivy...). Dès lors, quelle est votre vision du futur de la mobilité?

Le domaine de la mobilité est en plein changement, il y a trois grandes tendances: la première, c'est le partage. On n'utilise plus les moyens de déplacement seul. Ensuite, il y a la connectivité: nous sommes tous connectés. Enfin, il y a le grand changement que tout le monde attend: l'autonomie avec les véhicules autonomes. Il y aura un avant et un après. (Un avant il y a 5 ou 10 ans, et un après, dans 10 ou 15 ans). Entre les deux, les lignes peuvent beaucoup bouger. Tout le monde parle de "mobility as a service", c'est une possibilité et on verra comme ça se matérialisera. En tout cas, c'est passionnant comme domaine !

Que pensez-vous de la vision de MaaS Global ou Uber qui souhaitent être des plateformes de mobilité par excellence, agrégeant toutes les solutions de mobilité ? (Getaround, Jump Lime aux US pour Uber par exemple)

La vision du MaaS est un peu le fantasme de l'industrie en ce moment: La grande question va être: quels sont les acteurs les plus légitimes pour offrir cette palette de service et est-ce qu'on va vraiment être capable de les enchaîner les uns avec les autres car logistiquement c'est difficile. Je pense que l'on va y arriver mais aujourd'hui, c'est impossible de savoir qui va y arriver, et ça va prendre encore un peu de temps.

On parle beaucoup avec Karos, Klaxit, Less avant votre rachat, BlaBlaLines de covoiturage courte distance. Quelle est votre vision du court terme ?

Aujourd'hui, il y a 13.5 millions de français qui vont tous les jours en voiture au travail. C'est énorme. Le coût de cette circulation et des bouchons est de €6 milliards par an à l'Etat Français. Le taux de remplissage des voitures sur ces trajets-là est de 1,08. On est sur des taux de remplissage très très faibles, sur une ressource qui nous coûte très très chère, et qui nous fait perdre du temps. Il y a un très grand enjeu sur cette mobilité que l'on fait le matin et le soir. Avec BlaBlaLines, on adresse cette problématique. Les usages augmentent, il y a déjà 400 000 inscrits sur la plateforme. Evidemment par rapport aux 65 millions d'utilisateurs de BlablaCar, on est toujours au début mais on voit une bonne adoption et des habitudes qui sont entrain de changer. Aujourd'hui, la grande problématique va être de changer les habitudes, et ça va prendre un petit peu de temps.

Il y a plusieurs modèles qui se développent: il peut y avoir des modèles temps réel ou des modèles sur la base d'une habitude (prévoir les trajets que l'on va faire le matin et le soir). On voit un peu tous les modèles aujourd'hui; c'est normal, plusieurs sociétés essaient. Nous, notre modèle est hybride puisque les conducteurs indiquent les trajets qu'ils vont faire à l'avenir et

une fois pour toute, et ensuite, les passagers peuvent faire des demandes en live, quasi temps réel au conducteur.

Vision de l'économie collaborative

Comment BlaBlaCar se développe-t-elle à l'international ? L'implantation se fait-elle de la même façon selon les régions ? Selon vous, la prédisposition à l'économie du partage est-elle différente selon les cultures ?

En trois-quatre ans, on s'est développé dans une vingtaine de pays. Evidemment on a vu des cas très différents, des cas ont extrêmement bien fonctionné (Brésil, Russie...), d'autres un peu moins bien (Inde, Turquie). En fait, c'est assez difficile de prévoir même s'il y a quand même quelques métriques: le nombre de véhicules par habitant, l'habitude des gens aux réseaux sociaux et aux téléphones portables, le prix de l'essence et des autres solutions de transport dont on dispose... Tous ces paramètres rentrent en compte. Ensuite, le paramètre culturel est un paramètre supplémentaire. C'est assez difficile souvent d'identifier quelle peut être la cause du développement ou du non développement rapide de l'activité de covoiturage, les habitudes entrent aussi en ligne de compte. C'est assez difficile d'extraire le paramètre culturel comme un paramètre déterminant car il y a tellement de paramètres importants qu'un simple AB tasting est compliqué.

Parmi les entreprises récentes avec une belle croissance (BlaBlaCar, ManoMano), l'aspect communautaire est très fort. Qu'est-ce qui est clé dans la création d'une communauté ? Qu'est-ce qui est si différenciant par rapport à un modèle traditionnel ?

Dans un modèle de place de marché, ce qui est important est qu'il y ait des transactions entre les deux parties (offre et demande).

Blablacar c'est une communauté de 65M de membres, c'est aussi une place de marché entre des personnes qui proposent et qui recherchent du covoiturage, et pour que ces transactions puissent se faire, il faut qu'une certaine confiance s'établisse. Dans le modèle de BlaBlaCar, une dimension extrêmement importante est la construction de la confiance entre tous les membres. On a articulé la construction de la confiance suivant 6 piliers avec le modèle DREAMS: des informations Déclarées, R comme rated, E comme engaged, A comme active, M comme moderated, S comme Social.

Si vous êtes intéressés par ce sujet-là de la construction de la confiance dans les communautés, c'est passionnant. Cherchez le modèle "Dreams BlaBlaCar" pour trouver toutes nos études qui montrent à quel point on est capable de créer un niveau de confiance incroyable dans une communauté comme BlaBlaCar.

Outre la mobilité, pensez vous que nous allons basculer vers un modèle XaaS (everything as a service) où la propriété des biens ne sera plus la norme au profit de la location à plus ou moins longue durée ? (Netflix, Spotify, fatlama au UK, rentsher en Inde) ?

Les trois grandes technologies qui nous permettent de voir des plateformes de partage de tout un tas de chose comme aujourd'hui sont la connectivité, les bases de données et les moteurs de recherche. Donc quand on combine ces trois technologies qu'on maîtrise plutôt bien aujourd'hui, on arrive à développer des services qui offrent une rationalisation incroyable de tout un tas de choses qui n'étaient pas partagées avant (ça peut être des biens, ça peut être du temps, de l'argent avec des services de crowdfunding, ça peut être des connaissances avec Les MOOCs ou wikipedia). Il y a plein de verticals qui reposent sur ces trois technologies et qu'on partage. C'est sûr que c'est une nouvelle rationalisation, une nouvelle utilisation de ces choses-là qui est radicale.

Cette rationalisation est massive, elle se passe maintenant. On va peut-être déjà commencer par les regrouper par secteur, on en parlait avec le MaaS. Maintenant le XaaS ou "everything as a service", il faudra attendre un petit peu, je ne sais pas quelle forme ça prendra; on aura d'ailleurs peut-être d'ici-là d'autres technologies révolutionnaires qui vont changer le cours de l'histoire.

Conclusion: Message aux étudiants

A quoi ressemblera le monde de demain?

Je pense que prévoir le futur est assez compliqué. Il y a une petite anecdote que j'aime bien car j'ai re-regardé il n'y a pas longtemps "Blade runner", le premier, avec Harrison Ford, qui se passe en 2019. 2019 c'est demain, c'est maintenant. Dans le film, on a quand même des voitures qui volent et des clones; il va donc falloir se dépêcher car on ne les a pas encore vraiment. Mais il y a aussi Harrison Ford qui passe des coups de fil dans une cabine téléphonique; on n'avait pas vu les smartphones. Donc anticiper le futur est assez compliqué. Les véhicules autonomes on les verra, ils vont arriver. En attendant, on a encore plein de choses à optimiser, et les véhicules autonomes viendront s'insérer dans notre quotidien, mais on peut encore passer son permis et on verra après.

Auriez-vous un conseil à faire un passer à des étudiants?

Vu comment les choses évoluent (et tout évolue très très vite maintenant), la plus grande capacité qu'il faudra avoir, c'est celle de s'adapter et d'apprendre. Il faut apprendre à apprendre dès maintenant, car ça va changer, ça va évoluer; les cycles technologiques sont extrêmement rapides, donc il faut de toutes manières se préparer à être flexible.

On se prépare à être flexible en étant curieux, en aimant apprendre, en regardant tout ce qui existe et en réfléchissant.