



## Chapitre 9 Le diagnostic stratégique externe

### Etude de cas sur BlaBlacar

#### Distinguer micro-environnement et macro-environnement



Créée en 2004 par Vincent Caron (étudiant à l'ISTIA d'Angers) sous le nom de covoiturage.fr, il s'agit d'une plateforme de covoiturage mettant en relation des conducteurs et des passagers souhaitant partager un trajet en voiture et les frais associés. Les conducteurs publient leurs places disponibles et les passagers les achètent en ligne, sur des trajets dont la distance moyenne est de 330 kilomètres. La mise en relation entre usagers, gratuite pendant de nombreuses années, est devenue payante en 2011.

#### Le succès de Blablacar en quelques chiffres

Blablacar est avant tout une entreprise française qui compte aujourd'hui près de 10 millions d'utilisateurs au sein de son pays d'origine et 40 millions à travers le monde. En effet, Blablacar s'exporte de plus en plus à l'international. Il est désormais présent dans 22 pays, le tout représentant 150 salariés expatriés. Aujourd'hui, la valorisation de Blablacar a été estimée à plus d'1 milliard d'euros. Elle représente ainsi une des plus grosses réussites entrepreneuriales françaises.

#### A l'aide des documents et des vidéos répondez aux questions suivants :

1. Classez en deux colonnes les facteurs d'influence de l'environnement de l'entreprise BlaBlaCar énumérés ci-dessous, selon qu'ils relèvent du micro- ou du macro-environnement.

Micro-environnement	Macro-environnement

Classez en deux colonnes les facteurs d'influence de l'environnement de l'entreprise BlaBlaCar énumérés ci-dessous, selon qu'ils relèvent du micro- ou du macro-environnement.

- Avec la crise, le partage de trajet en automobile, qui permet de réduire les coûts de déplacement, a connu un grand succès.
- La technologie numérique a facilité le marché du covoiturage en permettant de mettre en relation les automobilistes et les passagers au moyen de logiciels.
- Mise en place par les collectivités territoriales, Ouestgo est une plateforme de mise en relation des trajets quotidiens. Elle vise à développer le covoiturage de proximité sur l'ensemble du territoire breton et en Loire-Atlantique.
- Les acteurs du marché du transport *low-cost*, tels OuiGo de la SNCF ou les compagnies aériennes Ryanair ou Easyjet, rendent le marché indirect très concurrentiel.
- La libéralisation du transport en autocar longue distance s'est accompagnée d'une très importante baisse des prix du transport en bus.

