

Hausse de la fréquentation et prix stables malgré la crise des carburants

FlixBus a tenu ses promesses au premier semestre 2026

+ Selon le rapport de mi-année 2026 de l'Autorité de Régulation des Transports (ART), le marché des autocars SLO affiche une fréquentation en hausse de 4% et des prix stables malgré une forte progression du coût des carburants.

Paris, le 29.09.2026 - FlixBus, leader mondial du transport de passagers sur route, salue la publication du rapport de mi-année de l'ART, qui confirme que les SLO – et FlixBus en particulier – parviennent à développer leur activité tout en maintenant des tarifs accessibles, malgré une conjoncture tendue.

À mi-2026, 8 millions de passagers ont voyagé à bord des autocars SLO en France (liaisons domestiques et internationales), soit une hausse de 4% en un an.

Dans le même temps, le prix moyen pour 100 km s'établissait à 6,3 euros, un niveau inchangé par rapport au premier semestre 2025 et en baisse par rapport au second semestre, alors que les carburants ont vu leur prix augmenter en moyenne de 12%.

Les hausse des kilomètres parcourus (+4%) et des places offertes (+5%) viennent, quant à elles, confirmer la bonne santé du marché.

Vincent Hays, directeur de FlixBus France : « Depuis le début de l'année 2026, notre ambition est claire : maintenir les prix les plus bas possibles pour permettre au plus grand nombre de voyager, partir en vacances, retrouver sa famille. L'équation n'est pas toujours simple – la hausse des carburants pesant mécaniquement sur nos coûts de production – mais il serait contreproductif de la répercuter sur des passagers qui attendent de nous un service abordable. Nous sommes fiers de constater que le pari est gagné sur cette première partie de 2026, et notre ambition est de poursuivre dans cette direction pour les prochains semestres ».

A propos de Flix

Flix a pour ambition de transformer le secteur du transport en offrant des solutions de voyages durables et abordables en bus, et en train en Allemagne avec FlixTrain, dans plus de 40 pays, sur cinq continents. Grâce à son modèle d'entreprise reposant sur des actifs de bus limités et à sa plateforme tech innovante, Flix est rapidement devenu, depuis son lancement en 2013, leader sur le marché des voyages longue distance en bus en Europe, en Amérique du Nord et en Turquie, et se développe rapidement en Amérique du Sud et en Inde grâce à ses marques FlixBus, FlixTrain, Kamil Koç, et Greyhound.

Porté par une sensibilisation accrue aux voyages durables, Flix a choisi l'initiative Science Based Targets (SBTi) comme cadre de mesure scientifique de sa décarbonation. En avril 2024, le SBTi a validé les objectifs à court terme de Flix pour la réduction de ses émissions, reconnaissant ainsi que sa stratégie est conforme aux objectifs climatiques mondiaux.

Tandis que Flix gère le développement technologique, la planification du réseau, le contrôle des opérations, le marketing et la vente, la gestion de la qualité et le développement des services, les partenaires Flix de confiance gèrent les opérations quotidiennes des trajets. Combinaison unique d'une start-up technologique, d'une plate-forme de commerce électronique et d'une société de transport classique, Flix est passée de start-up européenne à une entreprise de travel-tech de premier plan en pleine expansion mondiale.

Pour plus d'informations, veuillez consulter notre site www.corporate.flix.com

Contact

Charles Billiard

charles.billiard@flix.com

Tel : +33 6 70 31 95 95