

JOURNAL DES FLOTTES Par Gredy Raffin, le 18/12/2019



Alexandre Michel et Stéphane Seigneurin, les cofondateurs de MyCarSpot.

MyCarSpot profite aussi de la grève

La start-up spécialisée dans la gestion des parkings en entreprise voit les comportements des utilisateurs évoluer avec la situation critique que connaît la France. Une aubaine pour ses fondateurs qui n'en demandaient pas autant pour prouver l'efficacité du système.

Le mouvement de grève que connaît la France a tendance à révéler la pertinence de certains services encore confidentiels. Le covoiturage est bien entendu l'un des grands gagnants comme le révèlent les statistiques, mais pas uniquement. C'est aussi le cas de MyCarSpot, la start-up qui équipe les aires de stationnement des entreprises en solution de gestion intelligente et de contrôle d'accès.

Après un an d'activité et une progression de 500 %, la jeune pousse montpelliéraine totalise 5 000 places sur sa plateforme. *"En temps normal, 25 % de ce volume est disponible quotidiennement au partage. En cette période de grève, seules 20 % des places sont libérées, explique **Stéphane Seigneurin**, le cofondateur de MyCarSpot. La grève met en exergue toute l'utilité de la solution puisque nos clients exploitent mieux les possibilités de stationnement".*

En 2019, l'activité a rapporté plus de 100 000 euros de chiffres d'affaires, dont 80 % en provenance de contrat appliqué en France métropolitaine. Dès l'an prochain, elle pourrait générer entre 300 000 et 350 000 euros, selon les prévisions. Les clients étrangers pèseront alors 30 à 40 % dans la balance, notamment grâce à la traduction en cours de la plateforme pour s'étendre aux Pays-Bas, à l'Allemagne, à l'Italie et à l'Espagne, dès le premier trimestre, en plus de la Suisse et du Royaume-Uni.

Mais l'internationalisation ne sera qu'un levier de croissance. En réalité, Stéphane Seigneurin mise avant tout sur l'ouverture à d'autres services. MyCarSpot a intégré le covoiturage et veut devenir l'interlocuteur privilégié pour la gestion complète des lieux de travail. Une forme de parcours digital du collaborateur qui pourra, sous peu, aller jusqu'à gérer la réservation de postes et autres ressources de l'entreprise. Le défi 2020 consistera tout particulièrement à développer la notoriété du produit.