



ENQUÊTE parking

Dossier réalisé
par Jean-Baptiste Kapela

MIEUX OPTIMISER LES PARKINGS, POUR MIEUX SE GARER

Véritable enjeu pour la ville de demain, le stationnement est un sujet qui peut s'avérer épineux pour les entreprises. Depuis quelques années, par le biais de l'accélération de la digitalisation, des sociétés se chargent de simplifier les démarches et de proposer de nouveaux services.

Le monde de l'automobile évolue et les parkings aussi. Elle semble loin la période où les places de stationnement ne répondaient qu'au simple besoin de garer son véhicule. Aujourd'hui, de nombreux acteurs s'affairent pour proposer des offres plus complexes dans l'objectif de simplifier la vie de leurs clients. L'explosion du smartphone, le verdissement de la mobilité ou encore l'accroissement du télétravail ont poussé les entreprises à transformer leur mode de fonctionnement. L'heure n'est plus à la construction de nouveaux parkings, mais à l'optimisation et à la simplification de ces derniers. « Nous sommes des éditeurs de solutions et des opérateurs de parking digitaux. C'est notre ADN. Dans toute notre activité, ce qui est transversal, c'est l'optimisation des espaces pour freiner l'artificialisation des sols. Ce qui peut paraître surprenant

lorsque l'on parle de parkings », souligne William Rosenfeld, cofondateur de Zenpark, l'un des acteurs principaux de l'optimisation des parkings, fondé en 2011 et dont l'application est en service depuis 2013.

LE DIGITAL, LA CLÉ DE LA MUTUALISATION

Indigo est l'un des protagonistes historiques et le leader du stationnement, qu'il soit en surface ou souterrain. Vincent Miller, directeur général France du groupe, a observé une véritable mutation du métier. « L'axe le plus important dans la gestion des places de stationnement, c'est avant tout la question de la mutualisation de ces dernières », précise le directeur d'Indigo. Auparavant, il s'agissait de construire beaucoup de parkings, avec des zones réservées pour les bureaux, les logements ou encore les commerces. Nous nous retrouvons

avec des nappes de parking immenses comme à la Défense, parfois très mal occupées. Nous militons depuis dix ans pour faire bouger les choses. »

Dans cette logique d'optimisation, un outil est devenu essentiel pour ces entreprises: le smartphone. Via les applications, la digitalisation est la clé de voûte de ce qui est appelé aujourd'hui le « parking intelligent ». Yespark est l'une des premières entreprises à avoir instauré l'ouverture du garage souterrain via le téléphone. Un mode de fonctionnement qui semble simple et évident en 2022, mais qui était à l'avant-garde en 2014. Un axe central qui fut une petite révolution. « L'accès au parking via le smartphone a été un véritable game changer pour nous. Ça pouvait paraître gadget pour certains mais aujourd'hui, tous les acteurs du marché ont leur propre application d'ouverture. Ce qui a permis de digitaliser complètement le parcours de l'utilisateur

et d'éviter des procédures complexes, avec une tonne de papiers à remplir », assure Charles Pfister, cofondateur de Yespark.

UNE RENTABILITÉ SUR LE MARCHÉ PROFESSIONNEL

Tous les conducteurs citadins peuvent en témoigner, trouver une place en ville n'est pas une mince affaire. Leur offre se destine donc à la fois aux clients BtoC et BtoB, avec, le plus souvent, des propositions distinctes pour ces deux typologies. En général, l'offre à destination des particuliers est plutôt évidente. Au sein des garages sous-terrains, les places vacantes sont achetées par un spécialiste du parking intelligent. Le client peut ainsi réserver la place qui lui convient, à l'heure, au jour ou au mois, comme il le souhaite.

Concernant le segment professionnel, lorsque l'entreprise fait appel à ce genre de services, elle laisse la gestion du parking aux acteurs du secteur. « Nous avons une offre spécifique appelée Flex Parking, réservée aux salariés. Il s'avère qu'un certain nombre d'entreprises ont des parkings en propre ou en location et du fait de l'augmentation du télétravail et du flex office, ces derniers se vident. Elles pourraient faire du parking partagé et les monétiser. Mais la majorité ne le fait pas, appréhendant que des personnes extérieures pénètrent dans l'entreprise. Leurs parkings sont souvent sous-saturés. Alors, nous allons utiliser les technologies d'optimisation de parking, matérielles et logicielles pour adapter sur mesure le stationnement à leurs collaborateurs », assure William Rosenfeld de Zenpark. Que ce soit Yespark, EasyPark, Zenpark



L'optimisation des parkings devient un service indispensable dans un monde où la mobilité se transforme en profondeur.

ou encore Indigo, la plupart se sont lancés dans un premier temps sur le marché BtoC. Mais depuis quelques années, l'intérêt pour le BtoB prend de l'ampleur. Charles Pfister en fait d'ailleurs un axe d'amélioration majeur et remarque : « Ce qui est intéressant avec les acteurs dans le BtoB, c'est qu'ils prennent plus d'abonnements et qu'ils restent plus longtemps dans les parkings. D'une certaine manière, c'est plus rentable de travailler avec un acteur professionnel. Il y a des effets de volume. » Pour Zenpark, l'offre à destination des particuliers et celle pour les professionnels ont deux dynamiques très différentes. « Pour le parking partagé, il s'agit d'une logique de gros volume. Il y a 700 000 clients, une réservation toutes les quarante secondes... Mais ça reste de petites marges. Sur chaque transaction, nous ne récupérons qu'une dizaine d'eu-

ros, précise le cofondateur de Zenpark. À l'inverse, le Flex Parking a une logique très distincte. Ce que nous vendons aux entreprises n'est pas un service, mais plutôt un logiciel. Il s'agit d'une logique de SaaS (Software as a Service), donc nous sommes sur des volumes beaucoup plus faibles, puisque nous avons valorisé notre savoir-faire sur un logiciel et non sur un nombre d'utilisations. »

DES DIFFICULTÉS À PRENDRE EN COMPTE

Sur le marché spécifique de la gestion de ressources pour les professionnels, Stéphane Seigneurin, fondateur et PDG de Sharvy, a identifié quelques difficultés. « Beaucoup d'entreprises et de salariés n'ont pas encore conscience des solutions comme la nôtre, ce qui nous demande beaucoup d'énergie pour communiquer sur le sujet. Nous avons aussi identifié un frein psychologique, avec certains collaborateurs qui ne sont pas encore prêts à céder leur place. Vient ensuite la question de la concurrence, il faut convaincre et ça prend du temps. » D'autre part, les spécialistes des parkings peuvent faire face à l'obstacle d'un syndic ou d'un bailleur réticents à accueillir dans leur bâtiment leur solution. « Il s'agit d'un frein qui peut tuer le projet, car sans contrôle d'accès de la barrière, vous ne pouvez pas faire ce travail d'optimisation », souligne Stéphane Seigneurin.

LES BORNES DE RECHARGE INDISPENSABLES

Sujet incontournable, les gestionnaires de parking doivent s'adapter à l'augmentation du parc de véhicules électriques.



Indigo compte tisser un réseau de 8 000 bornes dans ses parkings.

Sharvy: l'orientation exclusivement professionnelle

Optimiser les parkings pour les professionnels, l'un des acteurs en a fait son cheval de bataille. Sharvy est une start-up française qui travaille avec 200 entreprises clientes et 50 000 collaborateurs. Stéphane Seigneurin est le fondateur et le PDC de la jeune pousse montpelliéraine. Détenteur d'une place de parking inutilisée le tiers de l'année dans un sous-sol, il a profité de son background technique pour proposer de développer une solution de partage de sa place avec d'autres salariés qui avaient des difficultés à se garer. Il décide finalement de commercialiser son offre qu'il nomme MyCarSpot. « Progressivement, j'ai commencé à signer quelques grands comptes, puisque c'est une problématique qui concerne les entreprises qui ont beaucoup de collaborateurs, en milieu urbain, et qui ont des problèmes de densité », expose Stéphane Seigneurin. Lors de sa création, le fondateur de Sharvy assure que la concurrence n'était pas présente sur ce marché. Ce qui a permis de se différencier des autres, selon lui, c'est la technologie. « Nous avons des algorithmes intelligents qui favorisent l'équité et qui nous ont permis de percer sur le marché français », précise-t-il.

« Intégrer des solutions de recharge à l'offre de stationnement est inévitable. En 2030, 20 % du parc automobile sera électrique, il est évident que n'importe quel acteur du stationnement doit proposer des bornes », affirme le cofondateur de Yespark. Le gestionnaire de parking offre pour le moment près de 1 000 bornes de recharge qu'il installe et opère. « Gérer des bornes de recharge est un métier à part entière. Nous avons donc appris et finalement, nous nous sommes aperçus qu'il y avait des similarités », affirme Charles Pfister. Mais tous n'ont pas fait le choix de la gestion des bornes. Tout dépend de leur stratégie. Indigo, de son côté, comme les autres, est en plein déploiement de points de charge. Le groupe en a installé 2 500 et prévoit pour 2025 d'en déployer 8 500 sur ses parkings. Le logiciel de gestion des bornes est laissé à Bouygues Énergies & Services. Vincent Miller précise: « Chacun son métier, nous avons préféré avoir un partenaire dont c'est la spécialité. Cependant, ce sont nos bornes. Contrairement aux centres commer-

ciaux, qui louent juste des espaces pour que des opérateurs proposent le service, nous achetons les bornes et nous les opérons. En revanche, le logiciel de facturation et d'interopérabilité avec les autres réseaux, nous le laissons à Bouygues. » Ainsi, il s'agit, là aussi, de son propre réseau, ce qui permet à Indigo de gérer ses propres offres. « Une carte permet de se recharger sur l'ensemble du réseau Indigo pour 69 euros par mois », présente à titre d'exemple Vincent Miller.

Les gestionnaires de parking doivent s'adapter à l'augmentation du parc de véhicules électriques.

Sharvy a noué un partenariat avec la société de covoiturage Karos.

MULTIPLICATION DES SERVICES

En dehors de la fonction principale d'optimisation des parkings, via une toile de partenariats tissée au fil des années, les spécialistes du stationnement proposent de plus en plus de nouveaux services. Pour rester au niveau des recharges, Indigo prévoit, par exemple, en partenariat avec Electra, la création d'un hub de recharge rapide. Mais ces services ne se cantonnent pas qu'à l'électrification du parc. Les parkings intelligents prennent dorénavant en compte tout un pan de la mobilité décarbonée. Yespark transforme notamment des places prévues initialement pour des voitures en places pour des vélos. « Nous louons davantage à des professionnels, pour des usages auxquels nous croyons beaucoup et qui font la ville de demain. À l'instar de Getaround, où 1 000 véhicules en autopartage stationnent dans nos parkings, ou encore d'acteurs de la logistique urbaine afin qu'ils puissent y garer leurs vélos cargos », souligne Charles Pfister.

Sharvy, de son côté, a signé un partenariat avec la start-up spécialisée dans le covoiturage, Karos, pour permettre au covoitreur de trouver une place réservée optimale. Une collaboration qui prend forme via une interface commune sur leur application. Finalement, bien gérer son parking, c'est aussi un levier de décarbonation de sa flotte. Le groupe Indigo propose une cinquantaine de cycloparcs comprenant près de 5 000 places de vélo. L'entreprise compte doubler ce chiffre en 2023. En test à Marseille, le groupe propose des emplacements de vélo partagés qui devraient être mis en service l'année prochaine.

