Présentation de VINCI Park

Londres - 12 février 2004

Dario d'ANNUNZIO – Président VINCI Concessions

Denis GRAND – Président Directeur général VINCI Park

Sue TAYLOR – Directeur général de VINCI Park UK

Renaud LAROCHE – Directeur Administratif et Financier de VINCI Park

Le programme

1. Introduction

---

2. VINCI Park – Présentation
3. Les défis à relever
4. La stratégie mise en oeuvre
5. Focus – VINCI Park au UK
6. Les chiffres
7. Perspectives

Introduction

Introduction

Une combinaison exceptionnelle d'expertises complémentaires dans la construction et les concessions

Fondements de cette combinaison d'expertises

- culture d'entrepreneurs
- synergies commerciales assises sur un réseau dense d'entreprises locales (ex : BTP → parkings, ...)
- expertise reconnue (capacité à concevoir, maîtrise des coûts et des délais, savoir-faire de gestion de projet, savoir-faire d'exploitant)
- complémentarité des cycles : les concessions apportent des revenus récurrents et croissants

Création de valeur : VINCI Park, mais aussi Cofiroute, infrastructures en concession, Stade de France, ...

Introduction

La concession : un métier historique de VINCI

- Un modèle de développement qui s'appuie sur les forces d'un groupe de construction
- Une forte présence en France et en Europe
- Un portefeuille diversifié
- Un métier à part entière de VINCI

Introduction

Ponts sur la Severn
Périphérique sud de Newport
Dartford : 150 000 véhicules/j
190 000 places de parking
2 escales de services aéroportuaires

48 000 places de parking
(dont Luxembourg)
Aéroport de Liège : 200 000 passagers
15 escales de services aéroportuaires

Toll Collect (péage autoroutier)
1 escale de services aéroportuaires

Pont de la Confédération :13 km
Autoroute Fredericton-Moncton : 200 km
46 700 places de parking
8 escales de services aéroportuaires

Autoroute SR91 : 17 km
72 escales de services aéroportuaires

22 aéroports : 23 Mpax

8 500 places de parking

Réseau Cofiroute : 1 100 km
Réseau ASF : 3 100 km
464 000 places de parking
Tunnel Prado-Carénage
Tunnel A86 ouest
Stade de France : 80 000 places
4 escales de services aéroportuaires
Aéroport de Grenoble (275 000 pax)

Autoroute Chillàn-Collipulli : 165 km
3 400 places de parking

5 300 places de parking
1 escale de services aéroportuaires

30 600 places de parking
1 escale de services aéroportuaires

13 600 places de parking
4 escales de services aéroportuaires

Pont de Rion-Antirion

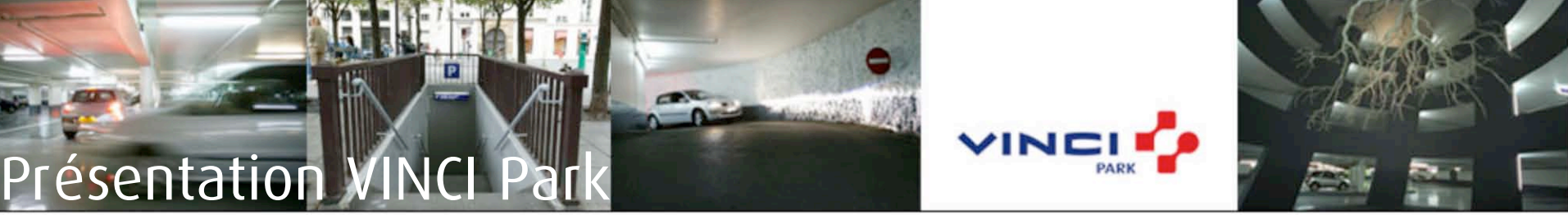
2 ponts sur le Tage
14 500 places de parking*

2 aéroports : 1 Mpax

Infrastructures routières et autoroutières
Stationnement
Plates-formes et services aéroportuaires

* Cession en avril 2004

Présentation de VINCI Park



Présentation VINCI Park

Leader européen du stationnement

Présent dans 12 pays et 240 villes

- ⇨ France : 165 villes
- ⇨ International : 75 villes

Gère **811 000 places** de stationnement payant
et
1 400 kilomètres de voirie en stationnement réglementé

Exploite 1 250 parcs de stationnement

- ⇨ France : 550 parcs
- ⇨ International : 700 parcs

Partenariats et synergies

N°1 du stationnement en France

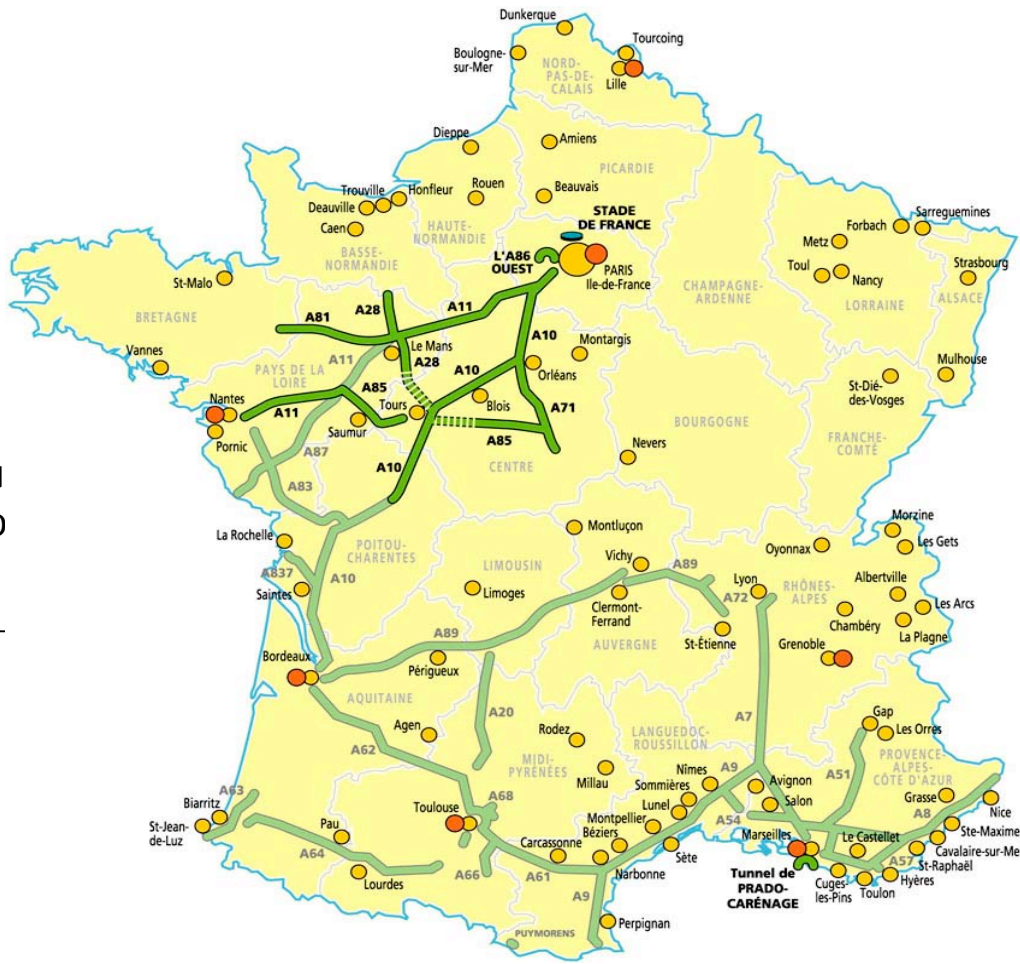
- 464 000 places gérées (31/12/03)
- Présence dans 165 villes
- Complémentarité avec le réseau autoroutier auquel VINCI particip (ASF, Escota, Cofiroute)

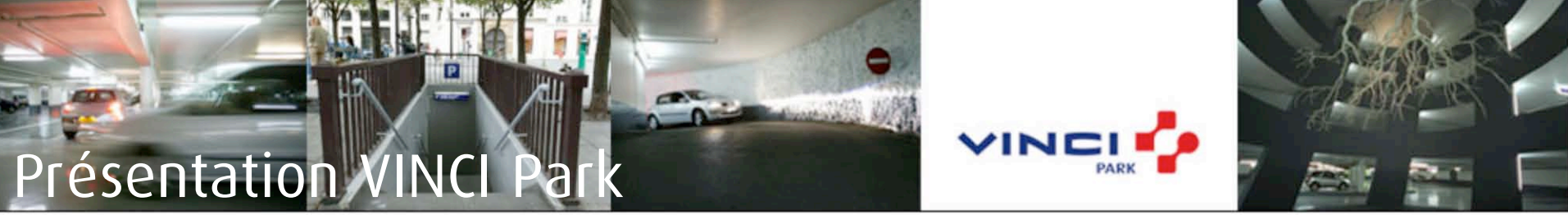
Réseau Cofiroute (65%)

Réseau ASF (20%)

Parkings VINCI Park

Aéroportuaire

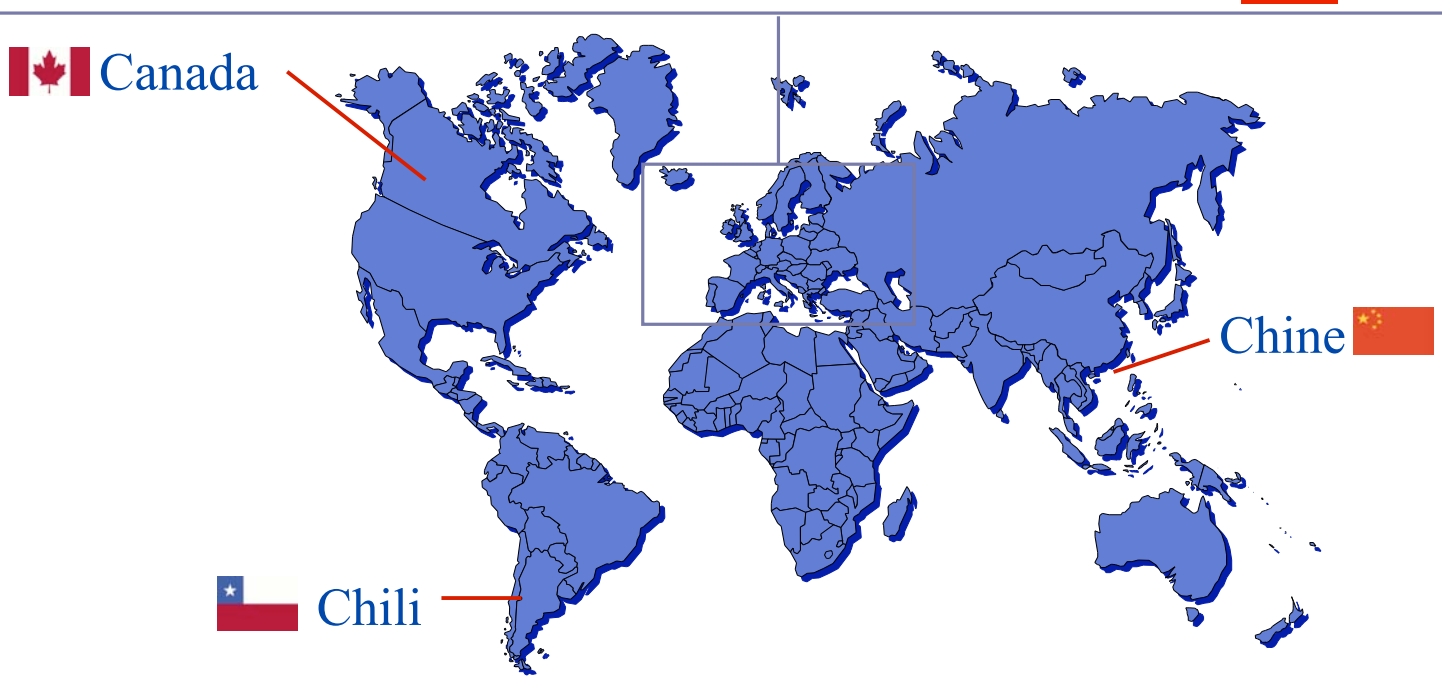




Présentation VINCI Park

Forte présence en Europe

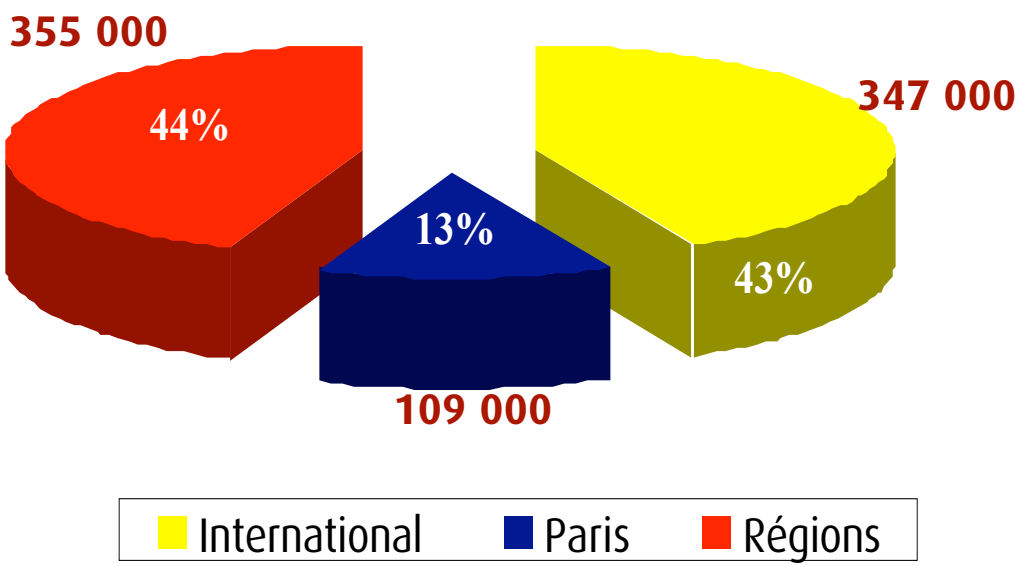
France
Royaume Uni
Belgique
Autriche
République Tchèque
Espagne
Suisse
Luxembourg
Slovaquie



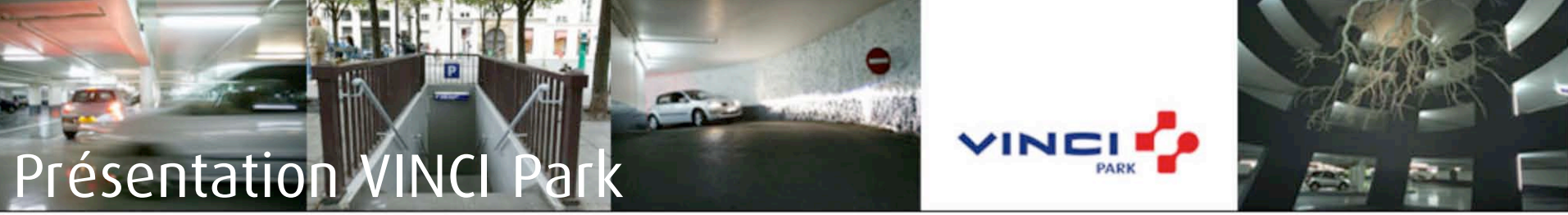
Répartition géographique : 811 000 places

International	
Grande Bretagne	190 000
Belgique	10 800
Luxembourg	37 300
Suisse	5 400
République tchèque	8 500
Autriche	400
Espagne	13 600
Slovaquie	400

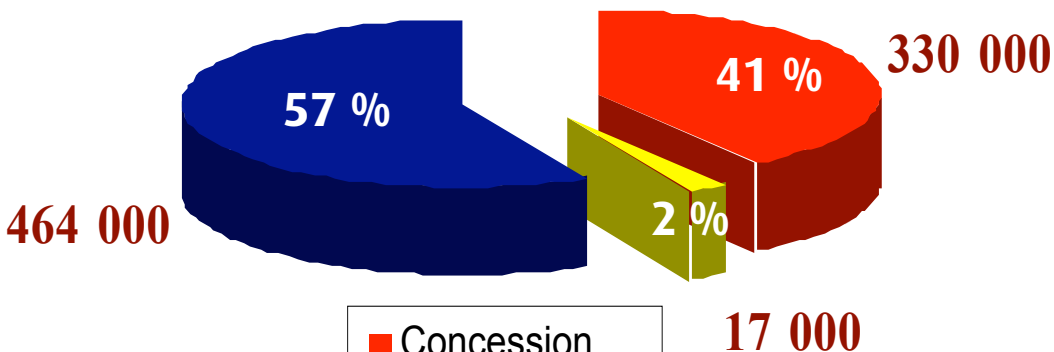
Canada	46 700
Chine	30 500
Chili	3 400



France : 464 000 places



Répartition par type de contrat

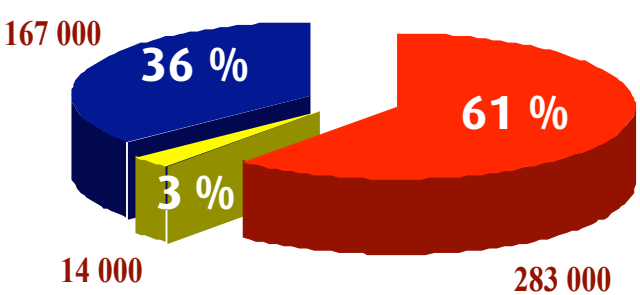


Concession

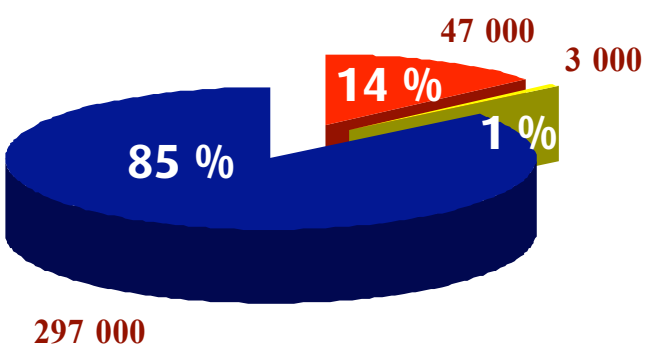
Pleine propriété

Prestation de services

France : 464 000 places



International : 347 000 places

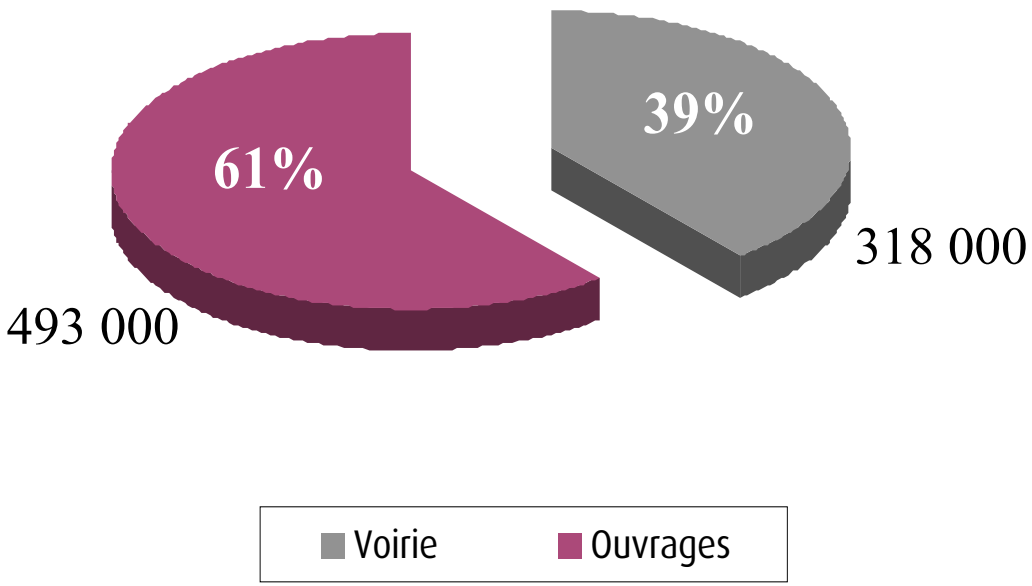


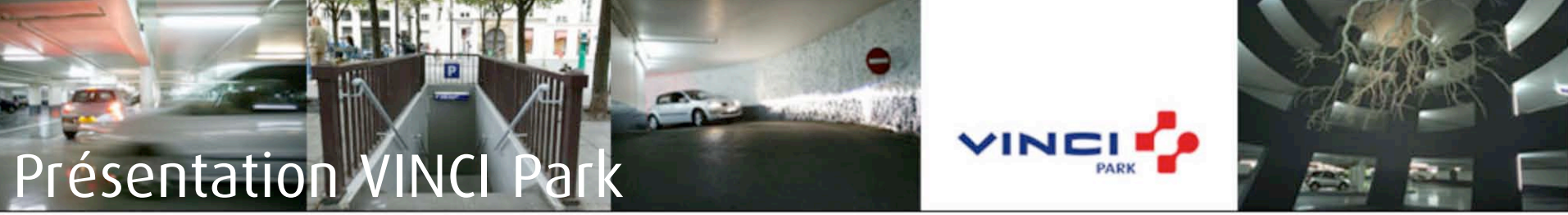
Répartition par type de contrat

Caractéristiques des contrats

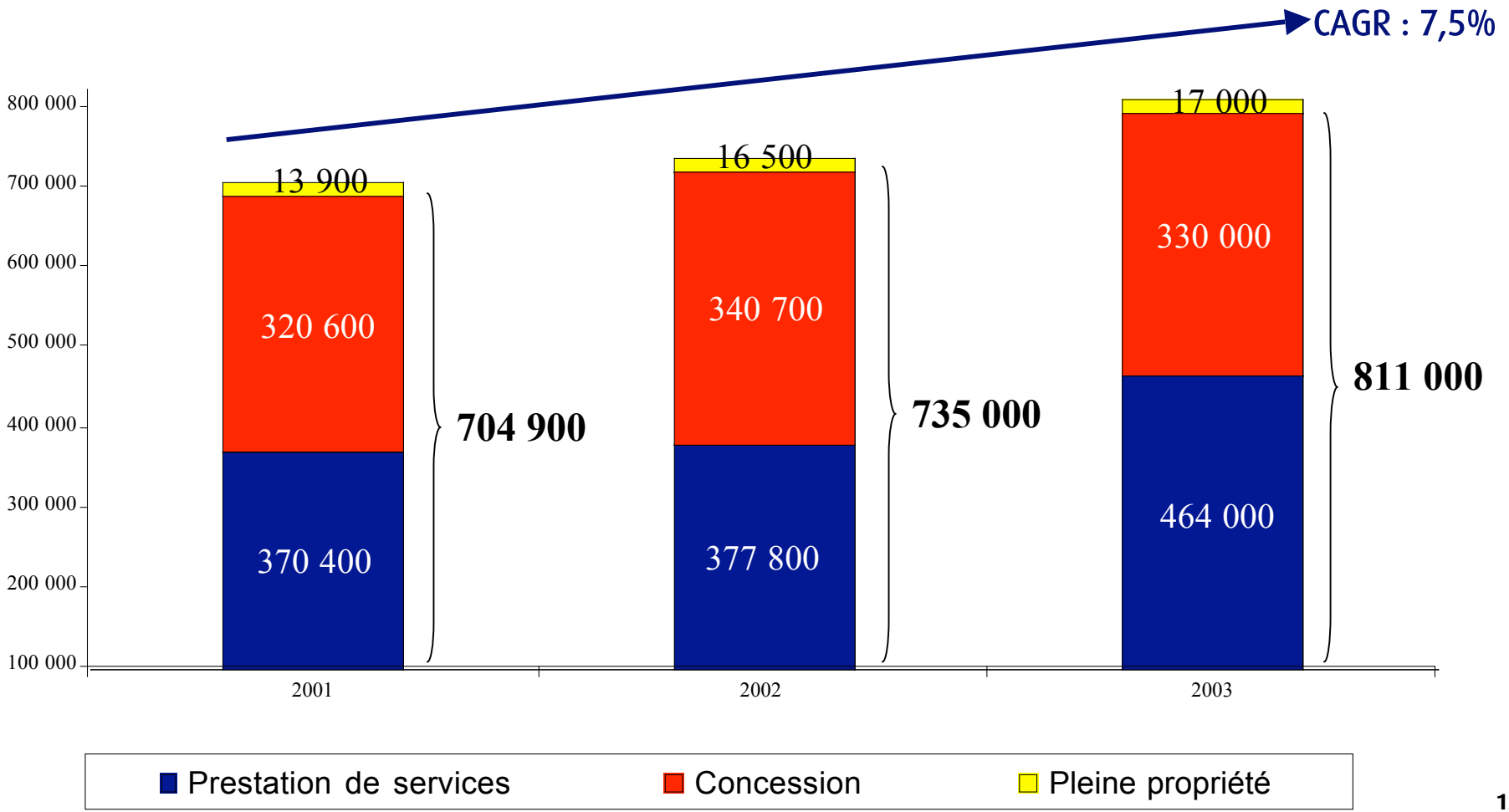
	Pleine propriété	Concession/Affermage	Prestations de service
Intensité capitalistique	forte	forte/moyenne	faible
%EBE/CA	~ 45%	~ 45%	~ 13%
Durée	infinie	30/15 ans	3/5 ans
Tarification	libre	libre à l'intérieur d'un plafond	forfait+intéressement
Client amont	nous	collectivité/bailleur	collectivité/propriétaire
Client final	automobiliste	automobiliste	collectivité/propriétaire

Répartition par nature d'équipement



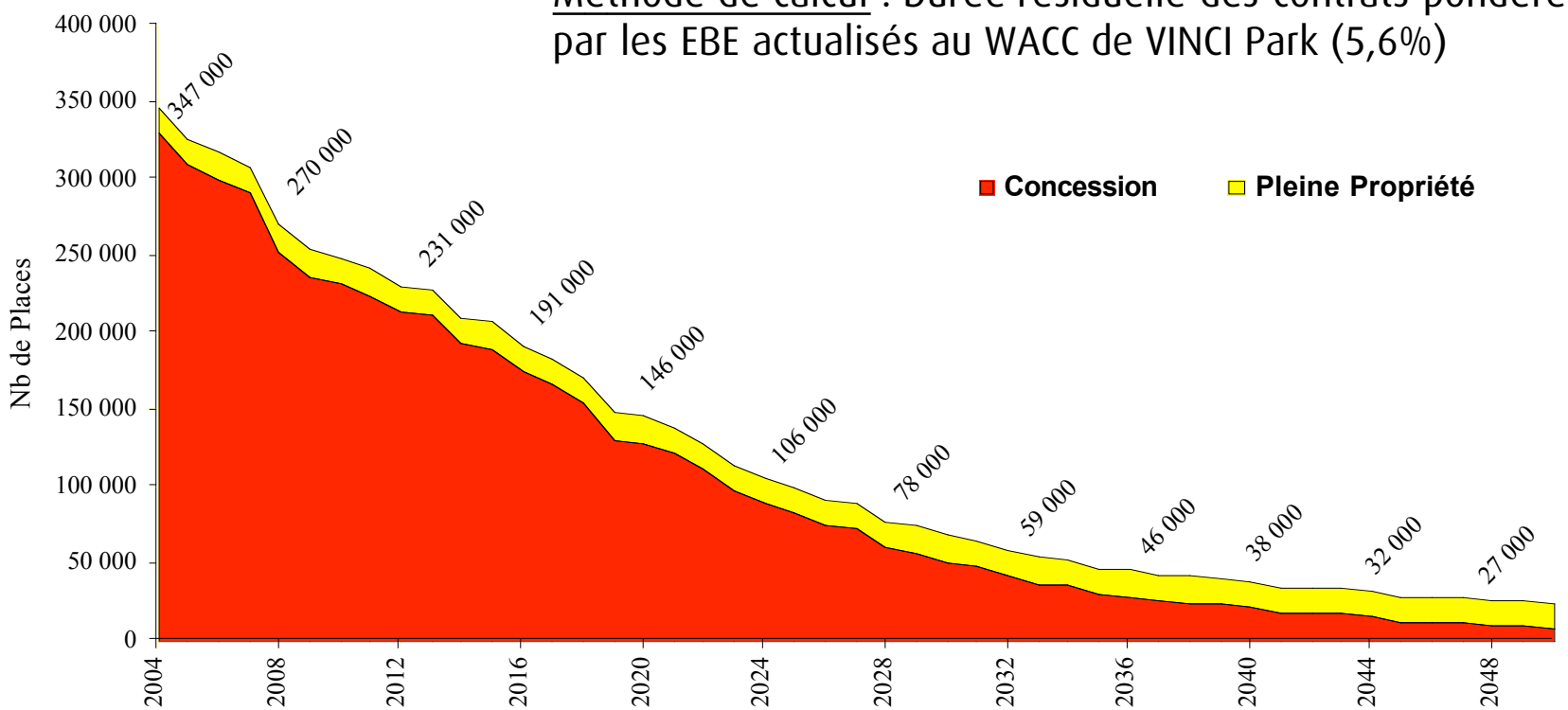


Évolution : + 105 000 places en deux ans



Durée moyenne des concessions : 28 ans

Méthode de calcul : Durée résiduelle des contrats pondérée par les EBE actualisés au WACC de VINCI Park (5,6%)



Création d'une identité et d'un métier

4 700 collaborateurs

- 2 100 en France
- 2 600 à l'international

Développement d'une culture forte

- « VINCI Park et vous»
- Raid VINCI Park
- École de formation

Les défis à relever

Une conjonction d'événements à maîtriser

Facteurs externes

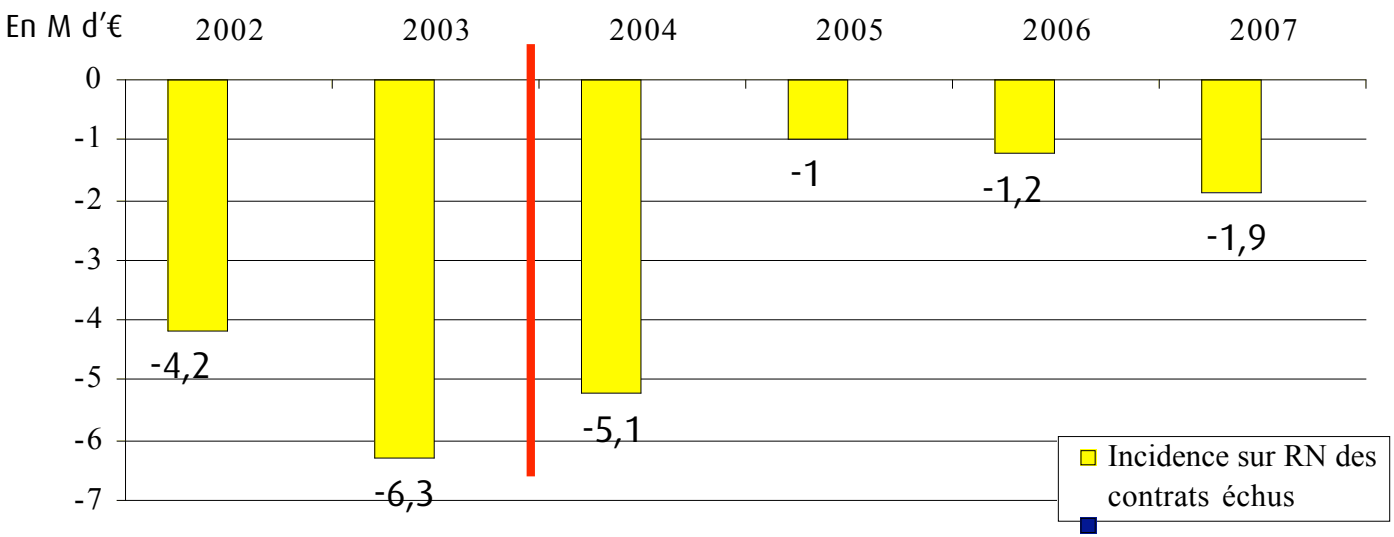
- L'arrêté Gallot (Juillet 2001 – Juin 2004)
- Limitation de l'usage de l'automobile en ville

Facteurs internes

- Échéance de plusieurs contrats à forte contribution (2002 – 2005)
- Demande de renégociation de certains concédants

Incidence sur le résultat net des contrats échus

CA annuel perdu	-9 874	-9 398	-9 196	-12 469	-5 202	-8 311
Places perdues	-14 621	-7 416	-10 166	-11 662	-9 294	-9 379



• Effet de la stratégie : Au 31/12/03, perte de 10,6 M d'euros totalement absorbée

La stratégie mise en oeuvre

Stratégie d'organisation

Actions achevées 2002 - 2003

- Recentrage sur le cœur de métier : le stationnement
- Réorganisations opérationnelles : simplifications et décentralisation
- Réduction des frais généraux

Actions en cours 2004

- Optimisation de la politique achats

Économie totale : 6 M € HT / an

Stratégie de développement

Une stratégie volontariste

- Croissance externe
- Acquisitions en pleine propriété
- Développement à l'International

Fermeté sur les renégociations de contrats

Recentrage et amélioration des marges à l'International

Exemples de croissance externe et acquisitions en 2002 et 2003

France	Nb de places
➢ 01/02 - Pathé Ivry	865
➢ 02/02 - Les tanneurs (Lille)	592
➢ 05/02 - Park Heulin (François 1er, Pierre Charron, Vendôme, Saint Honoré, Bourse)	4 236
➢ 05/02 - SPS (Saint Quentin, Compiègne, Tarbes, Amiens, ...)	5 895
➢ 05/02 - Mail Gaillardon (Melun)	300
➢ 07/02 - Saint Denis Greneta (Paris)	511
➢ 07/02 - Disneyland Paris	1 400
➢ 12/02 - Saint Georges (Toulouse)	1 326
➢ 12/03- Etoile Wagram (Paris)	530
International	
➢ 01/02 - Parc hôpitaux Cardiff et Dundee (UK)	5 340
➢ 01/03 - 50% Gestipark (Canada)	42 000
➢ 07/03 - Parc Général Yague (Madrid / Espagne)	409
➢ 10/03 - Parcs Grotemarkt et Vemarkt (Malines / Belgique)	284
➢ 12/03 - Parc Alexia (Bratislava / Slovaquie)	358
➢ En cours - Parc Simplon Gare TGV Lausanne	410

Renégociation des contrats

Contrats de concession sécurisés en 2003

- Euralille : 14 ans
- Grenoble : 20 ans
- Grasse : 25 ans
- Toulouse : obtention d'une nouvelle concession de 23 ans
- Lille : Peuple Belge 50 ans, Grand Place 45 ans

Négociations en cours

- Boulogne-Billancourt
- Nancy

Recentrage à l'International

Stratégie de développement

- Canada : acquisition de 50% de Gestipark et renforcement en cours
- Europe Centrale : pénétration en Slovaquie
- Renforcement en cours dans les « PECO» en s'appuyant sur le réseau VINCI

Cession des participations minoritaires

- Suisse
- Portugal

Cession des activités non stratégiques

- Royaume-Uni : Cinergic - octobre 2003
- Hong-Kong : ASF et ACS - décembre 2003

Stratégie commerciale et marketing

L'objectif : renforcer le capital sympathie de la marque et du produit

- Création et lancement de la marque VINCI Park mi-2001
- « Révolution» des services
- Actions commerciales et marketing
- Animations commerciales
- La mesure de la qualité

La charte d'engagement

VINCI PARK

Une marque d'exigence

Nous vous devons
un accueil irréprochable.

Nous vous devons
le bien-être et la sécurité.

Nous vous devons
des parcs propres et qui sentent bon.

Nous vous devons
des espaces lumineux et transparents.

Nous vous devons
des parcs bien signalisés.

Nous vous devons
des outils de premier secours pour vous dépanner.

Nous vous devons
une réponse à vos critiques.

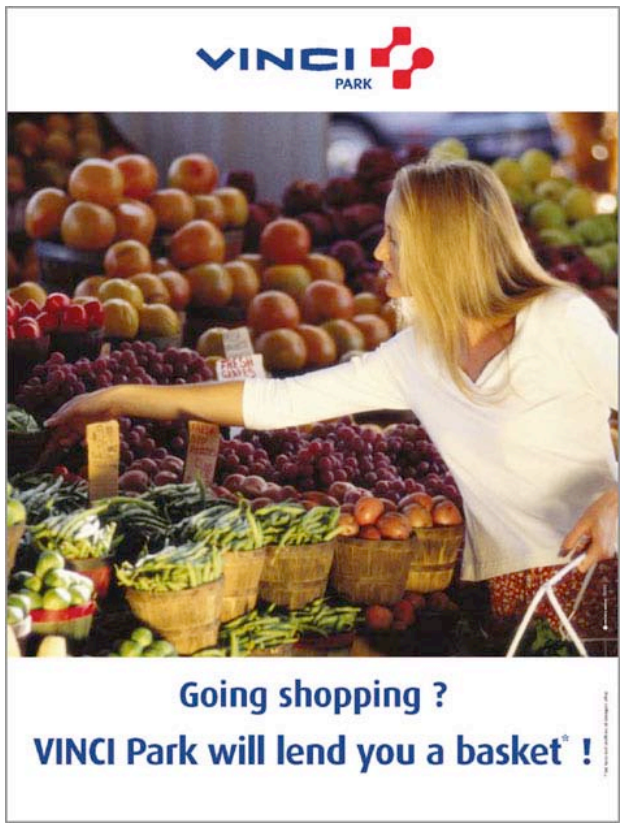
Nous vous devons
des tarifs souples et adaptés.

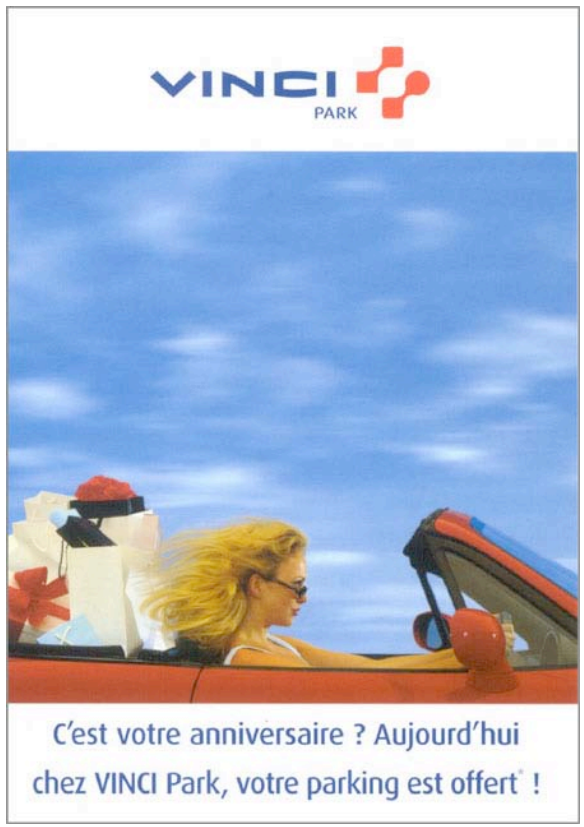
Nous vous devons
une aide pour vous repérer dans notre quartier.

Nous vous devons
des services qui vous rendent la vie plus facile.

La révolution des services

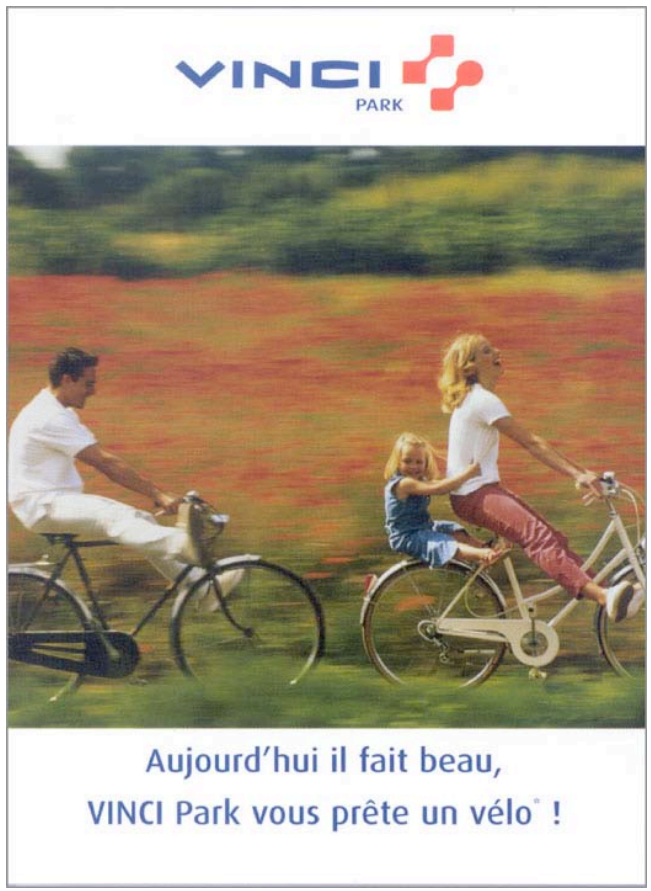
Les services associés gratuits





La révolution des services

Les services associés gratuits



La révolution des services

Les services payants

Segway

Location de voiture

PROXIRENT
LOCATION DE VOITURES

Lavage

Information trafic

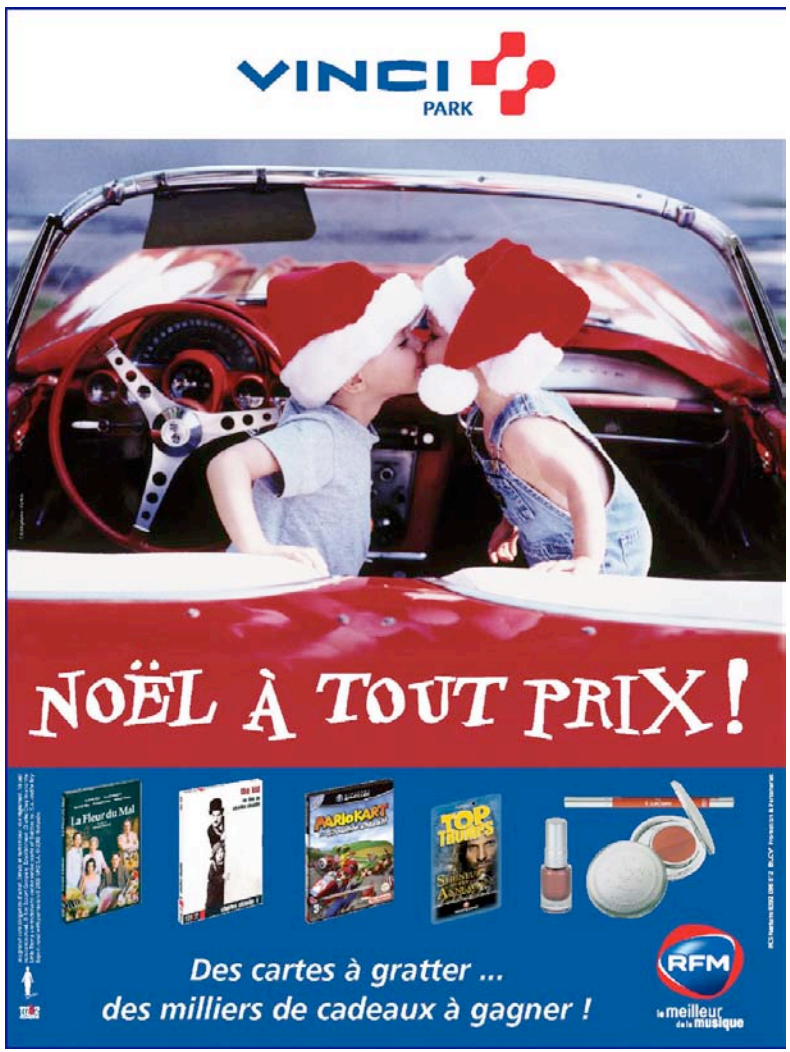
VINCI PARK
INFO TRAFIC
0 892 707 123

La révolution des services

Le mobilier des services

Les actions commerciales

Les animations commerciales

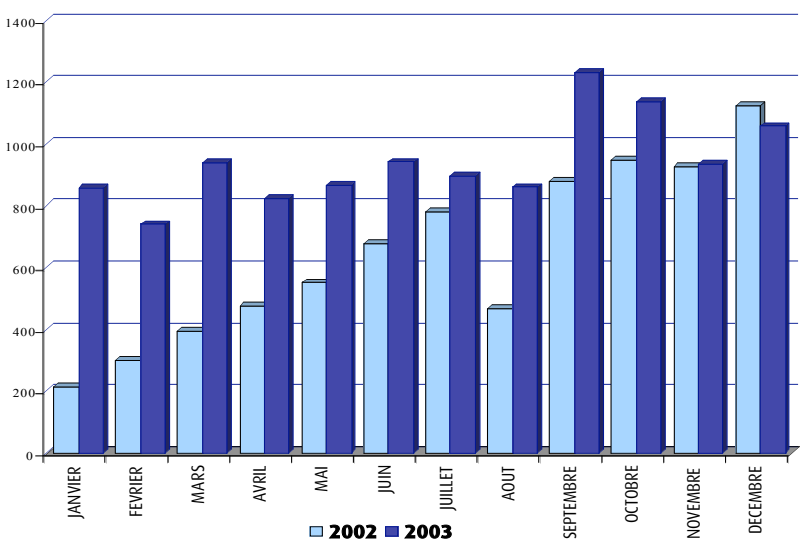


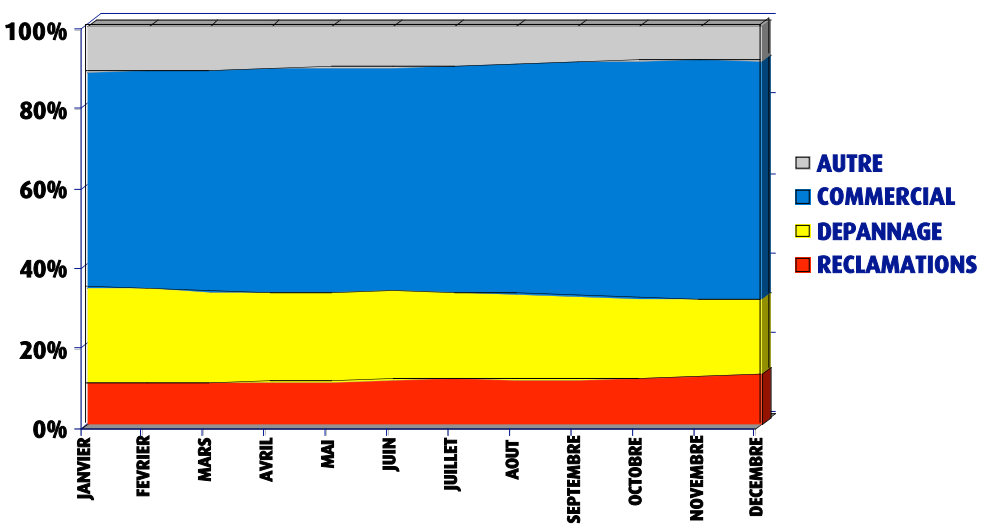
La mesure de la qualité

Numéro Azur – Évolution et motifs des appels

- Environ 1 000 appels par mois, systématiquement traités
- Les réclamations se stabilisent à environ 10% des appels

RELATIONS CLIENTS
N°Azur 0 810 26 3000
PRIX D'UN APPEL LOCAL





Bilan de la stratégie commerciale et marketing

Les premiers résultats

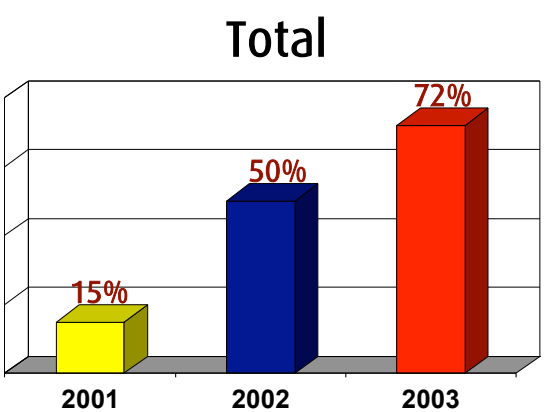
- L'enquête de notoriété à Paris en Octobre 2003
  (Institut de sondage ADVIR – 1 300 interviewés)

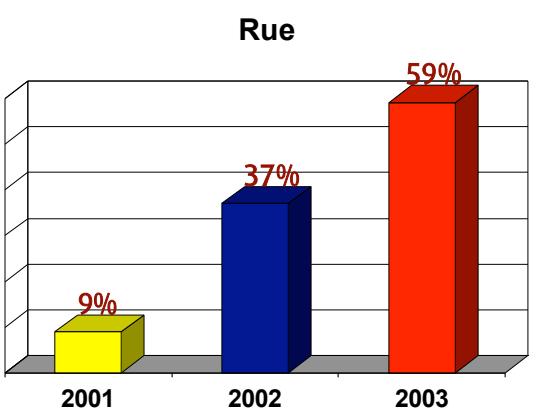
- Bilan de la stratégie commerciale et marketing à Paris

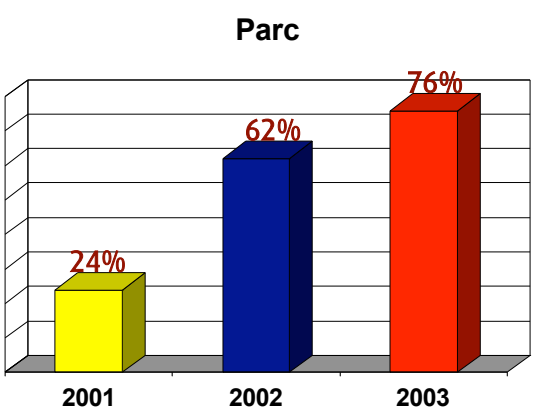
Enquête de notoriété : Regard sur la marque

Principaux résultats de l'enquête d'octobre 2003

➢ **Notoriété spontanée** : Quelles sont les sociétés de parking que vous connaissez de nom?



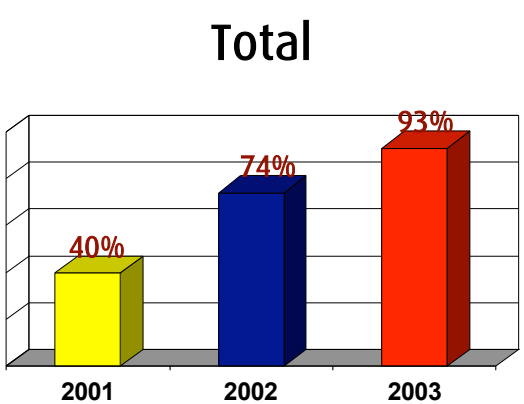


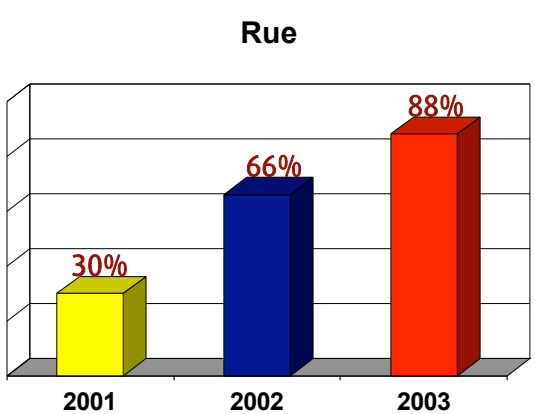


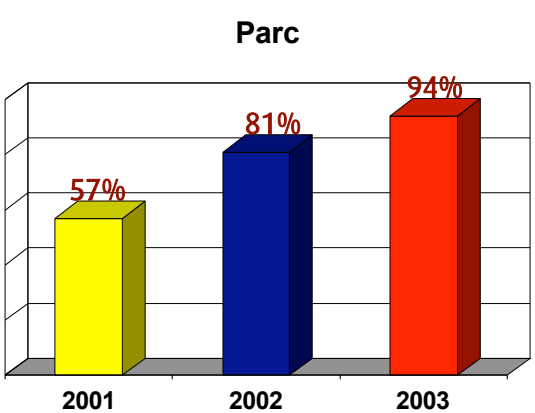
Enquête de notoriété : Regard sur la marque

Principaux résultats de l'enquête d'octobre 2003

➢ **Notoriété assistée** : Voici le logo des sociétés de parking. Quelles sont celles que vous connaissez de nom?







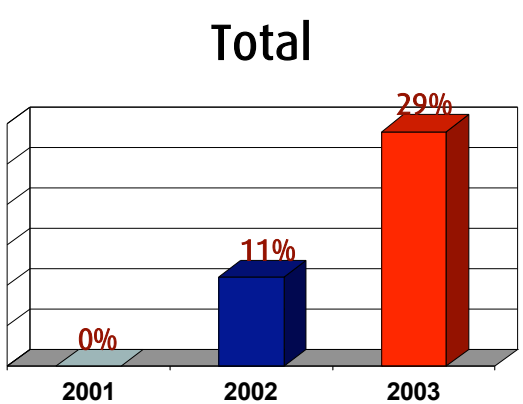
« VINCI Park est maintenant une marque forte»

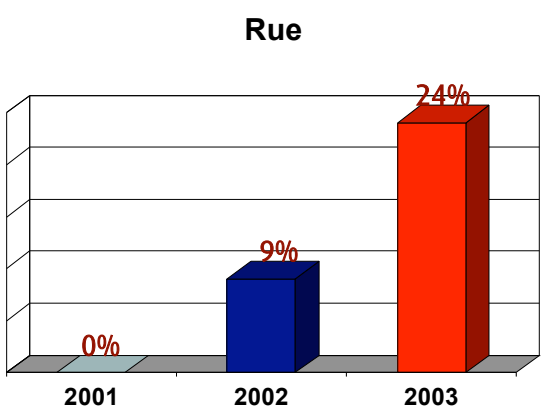
Conclusion enquête ADVIR – Octobre 2003

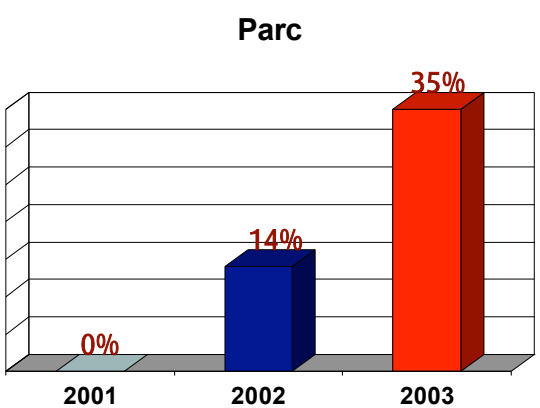
Enquête de notoriété : Regard sur les services offerts

Autres indicateurs de l'enquête

➢ **Perception des services :** VINCI Park a lancé de nouveaux services aux clients. En avez-vous entendu parler?



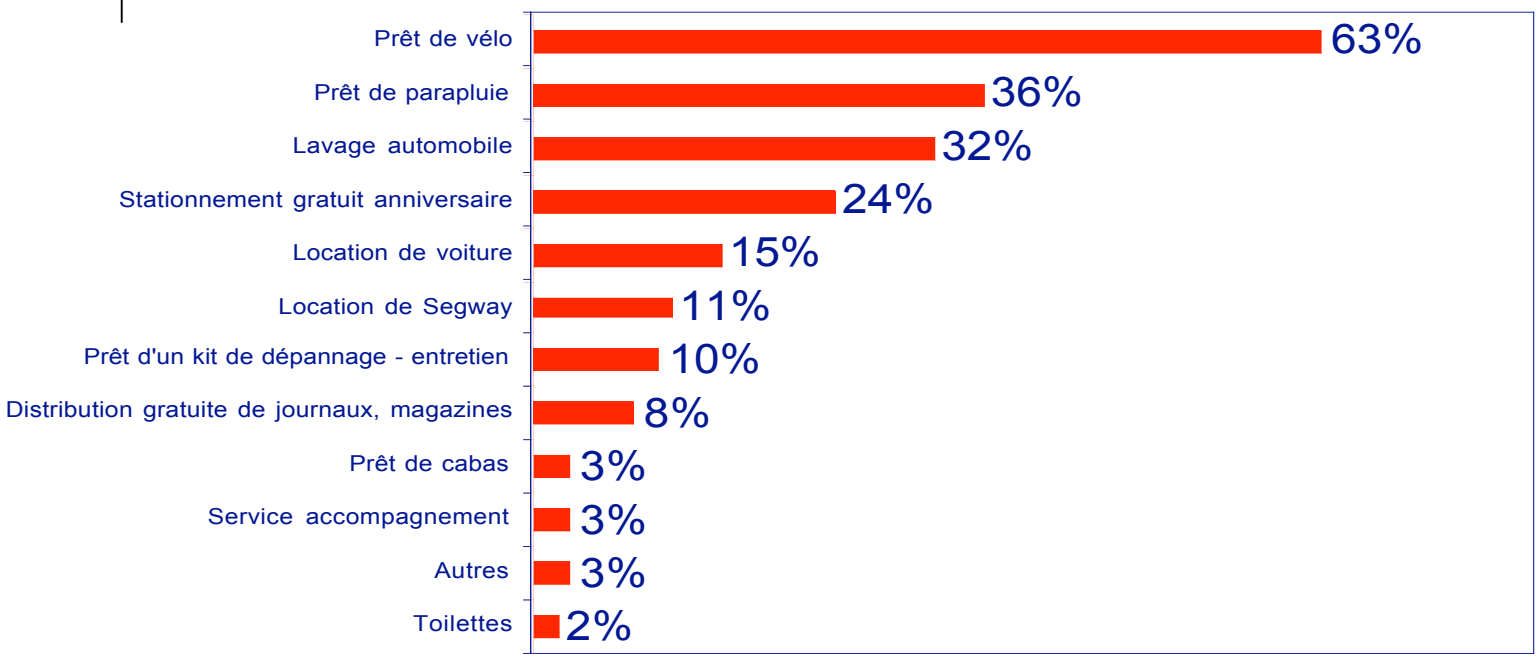




Enquête de notoriété : Regard sur les services offerts

Autres indicateurs de l'enquête

➢ **Perception des services :** Si oui, de quels services avez-vous entendu parler?



Enquête de notoriété : Relation théorique services – prix

Le « Prix Psychologique»

- Utilisation de la méthode du « PRIX PSYCHOLOGIQUE» pour déterminer le prix maximum facturable

  - au-dessus de quel tarif ne venez-vous plus du tout ?
  - en-dessous de quel tarif ce parc devient peu crédible ?
    (toujours complet, mal entretenu, mal surveillé,...)

Trois grands enseignements

- Les prix dans leur ensemble sont aujourd'hui bien acceptés
- Les clients professionnels sont prêts à payer un peu plus
- Mettre en avant les services permet une hausse du tarif horaire entre 0,10 et 0,50 €

Bilan de la stratégie commerciale à Paris

Échantillon

- 80 parcs parisiens (périmètre constant)
- Statistiques entre mars 2001 et juillet 2003
- **Fréquentation :**
  - **11 millions de clients horaires annuels**
  - **28 000 abonnés**
- Chiffre d'affaires (HT) :
  - Clientèle horaire : 65 millions d'€uros
  - Clientèle abonnés : 35 millions d'€uros

Implantations VINCI Park à Paris

Bilan de la stratégie commerciale à Paris

Le Contexte

- Contexte économique général défavorable
- Restriction de la circulation automobile

La Stratégie mise en œuvre

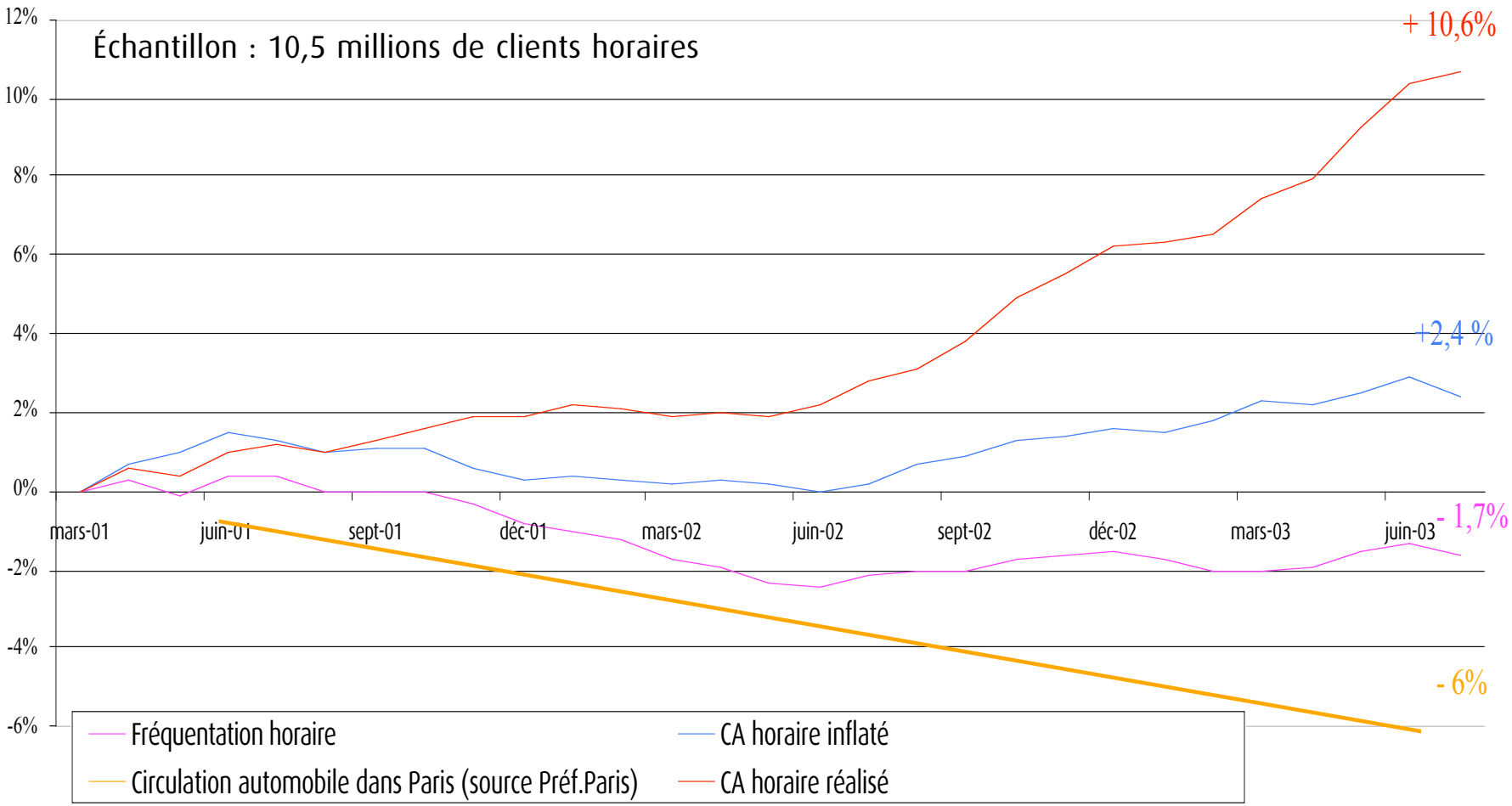
- Création de la marque, rénovation des parcs et lancement des services
- Effort commercial sur les abonnements

Les Résultats

- **Augmentation du chiffre d'affaires supérieure à l'inflation**

La mesure de la qualité

Évolution de la fréquentation et du chiffre d'affaires « horaire» à Paris

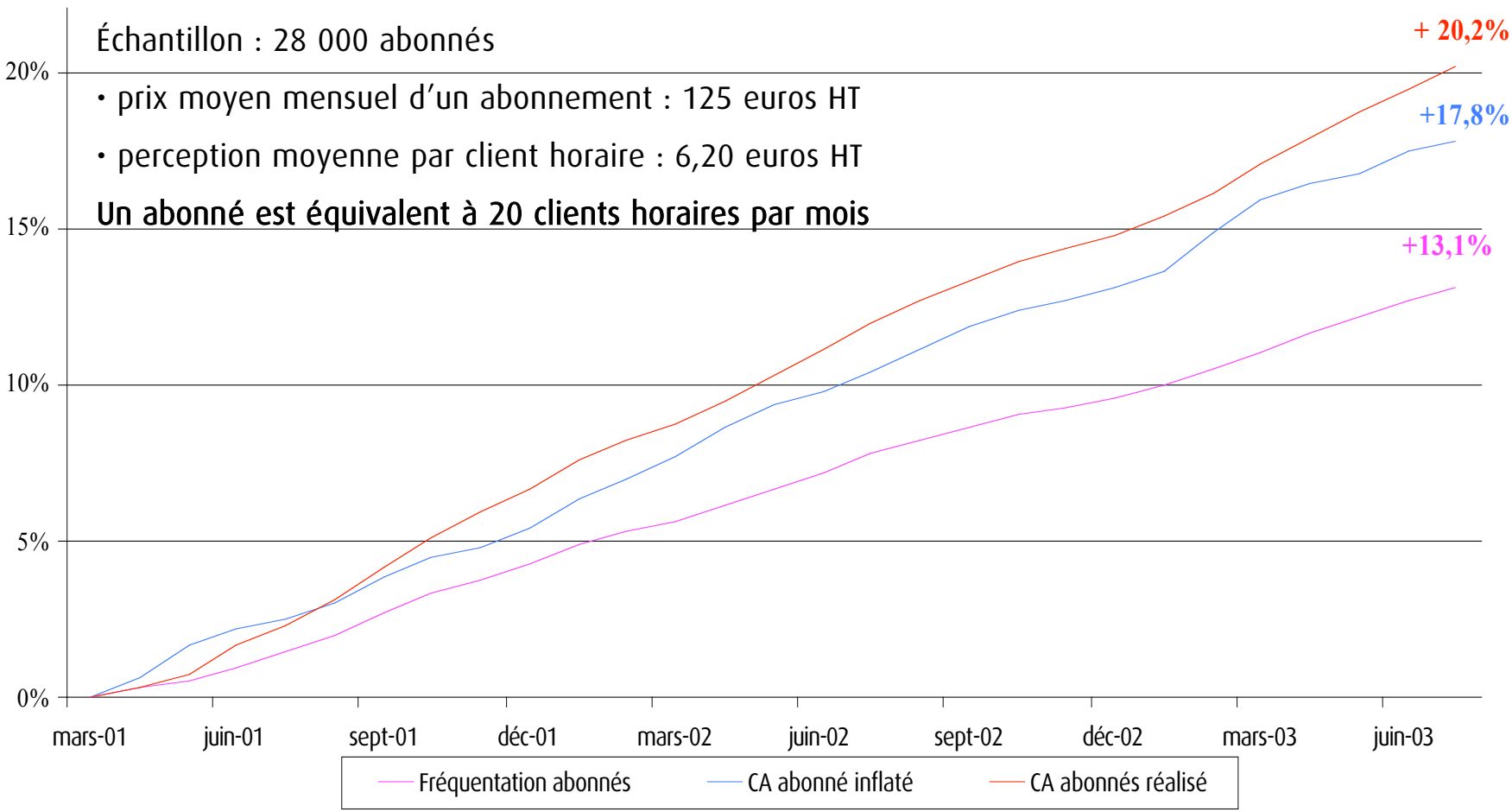


Évolution de la fréquentation et du chiffre d'affaires « abonné» à Paris

Échantillon : 28 000 abonnés

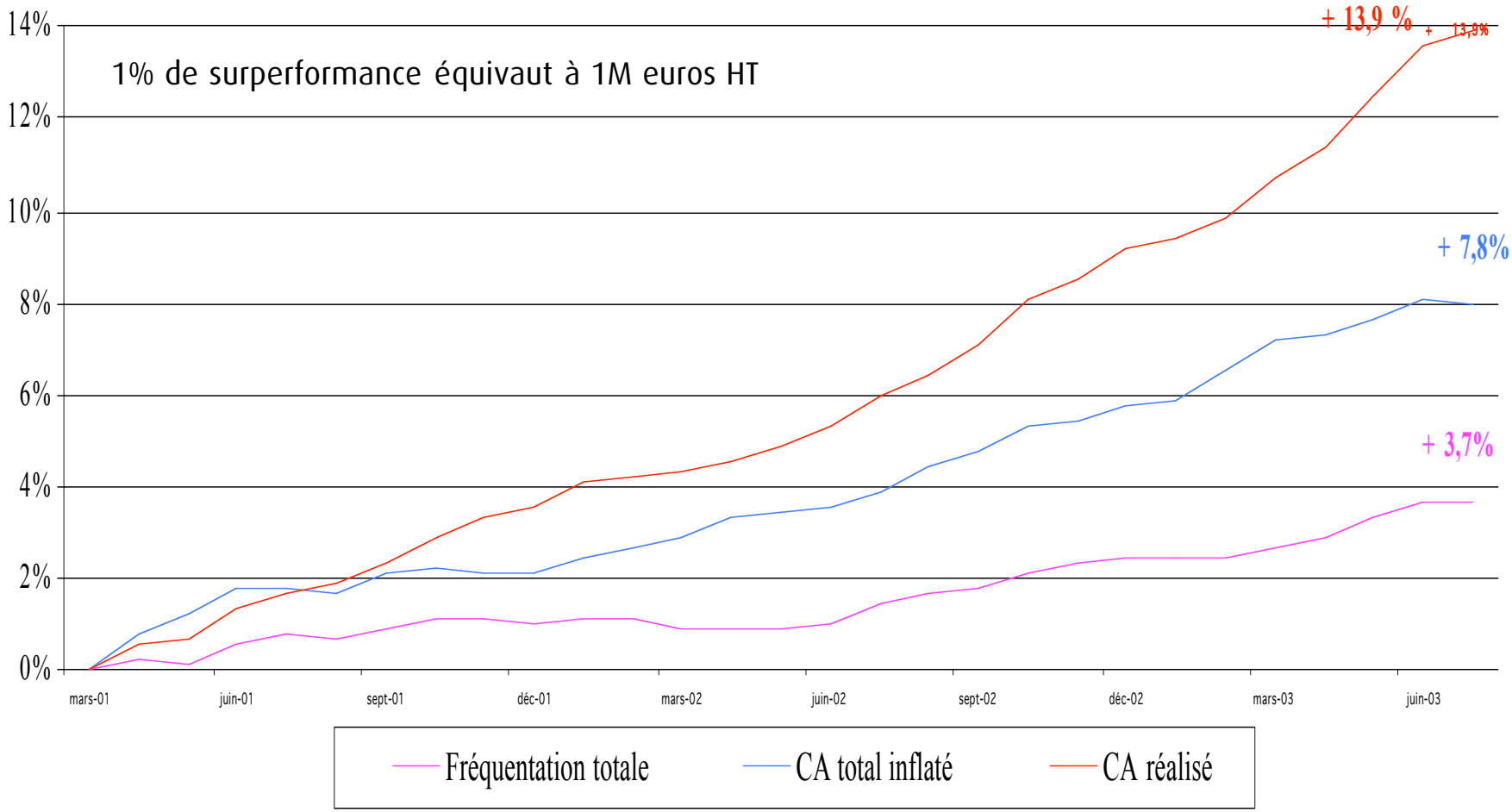
- prix moyen mensuel d'un abonnement : 125 euros HT
- perception moyenne par client horaire : 6,20 euros HT

Un abonné est équivalent à 20 clients horaires par mois



La mesure de la qualité

Évolution de la fréquentation et du chiffre d'affaires total à Paris



Focus on VINCI Park in the UK

VINCI Park

en chiffres

VINCI Park en chiffres

Chiffres clés – Exercice 2003

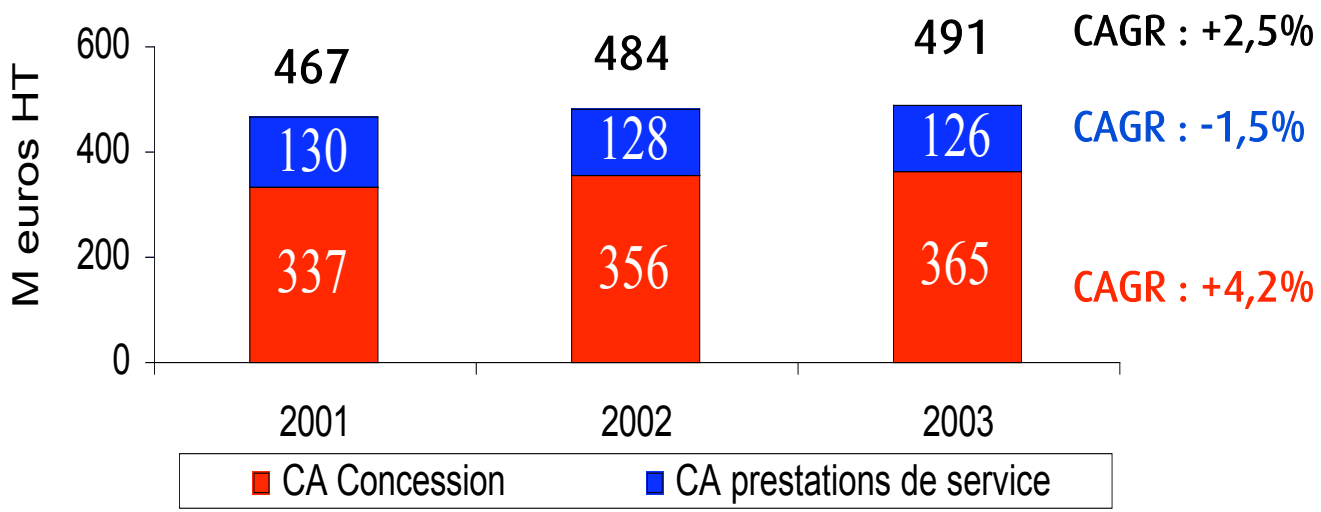
En millions d'euros HT	2003	2002	Variation 2003 / 2002	Variation 2003 / 2002 (hors change)
CA (*)	491	484	+ 1,4%	+ 4%
EBITA (**)	122	118	+3,4%	+4,9%
REX	117	113	+3,5%	+ 4,6%
RN avant survaleur SOGEPARC	61,3	62,9	-2,5 %	- 2,1 %
RN après survaleur SOGEPARC	46,9	48,7	-3,7%	-3,1%

*A périmètre économique constant et hors change : + 3%

** REX avant amortissement des survaleurs affectées aux immobilisations

Évolution du chiffre d'affaires

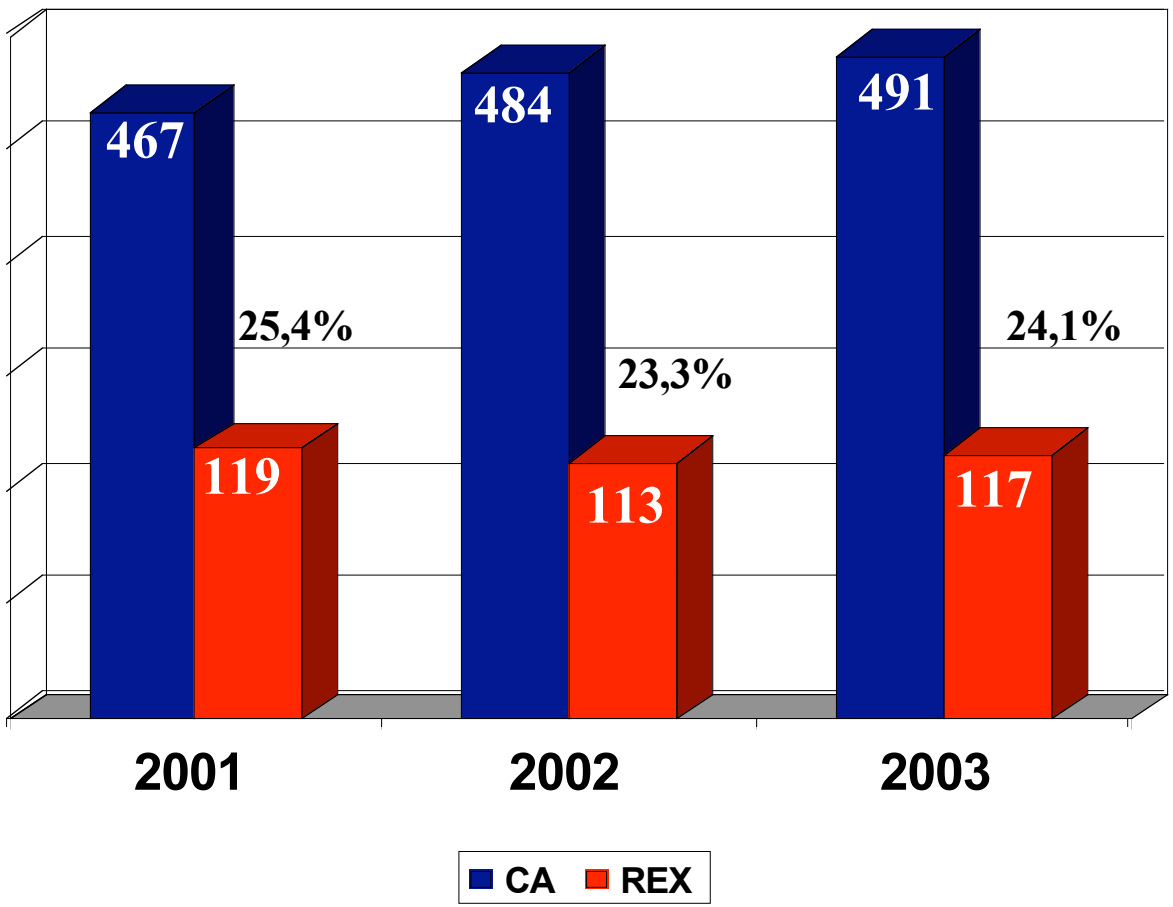
- Les pleines propriétés et les concessions assurent la croissance du CA
- La stratégie commerciale et marketing soutient cette croissance



Évolution 2003-2002 à périmètre constant :	+3%
Concession :	+3,5%
Prestations de service :	+0,9%

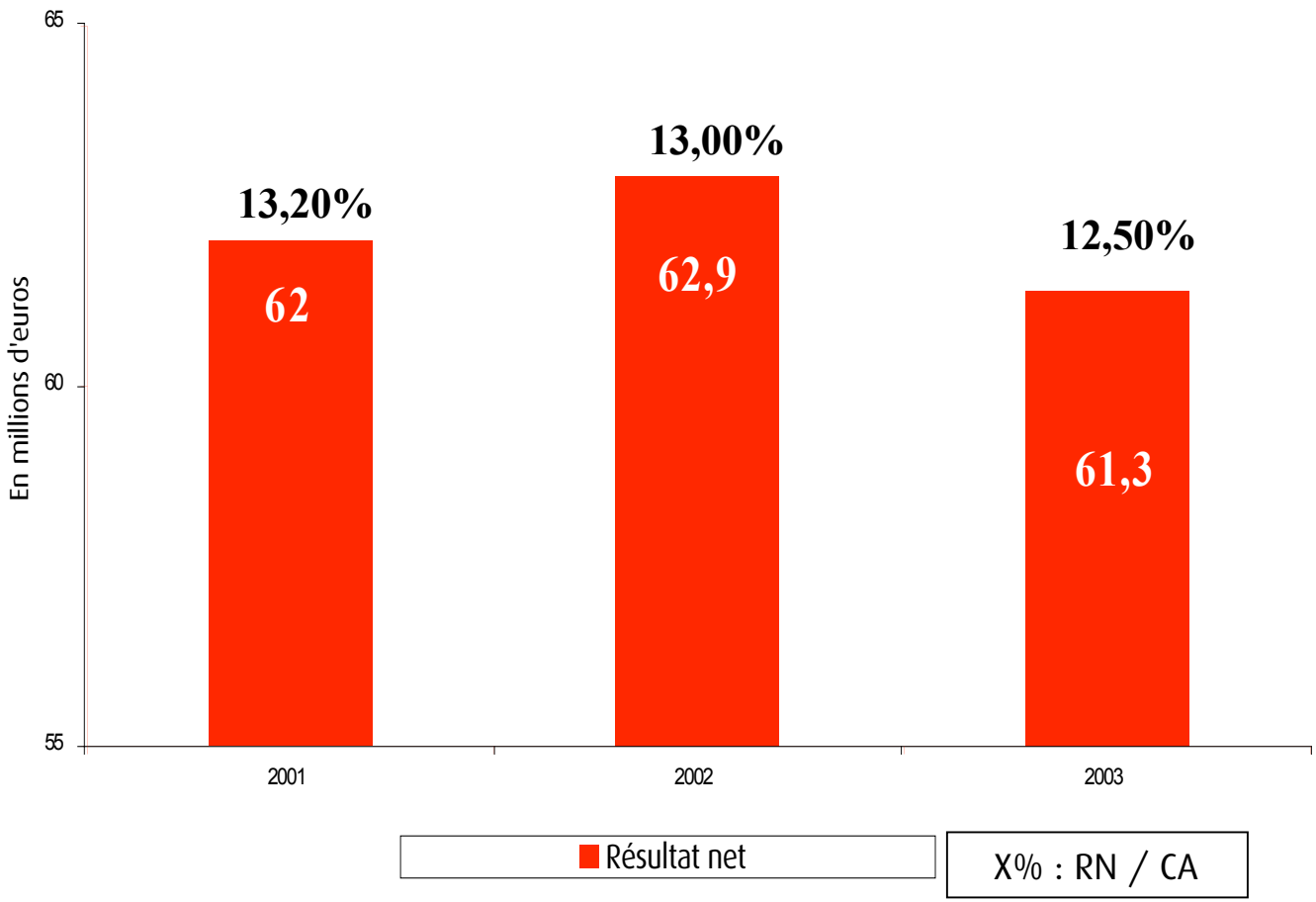
VINCI Park en chiffres

Un REX 2003 en légère progression, malgré l'impact des contrats échus



VINCI Park en chiffres

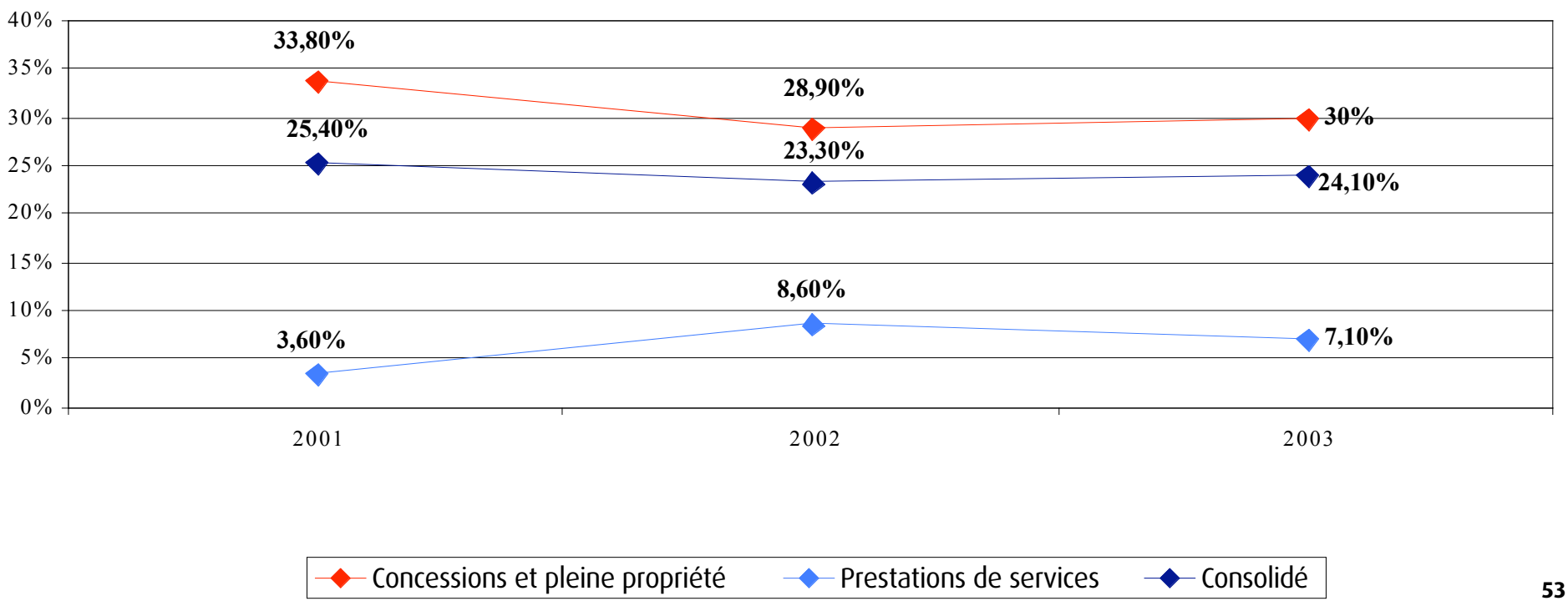
Un résultat net (avant survaleur SOGEPARC) qui se maintient à un niveau élevé



Informations sectorielles

- **Les concessions et pleines propriétés soutiennent la progression du REX**

REX par métiers en % du chiffre d'affaires



Bilan consolidé

• Une structure financière saine, faiblement endettée

Actif	2003	2002
Actif immobilisé	1 389	1 414
Dont écart d'acquisition net	*368*	*381*
Actif circulant	204	208
Total actif	1 593	1 622

Passif		
Capitaux propres	725	719
Provisions et autres	29	35
Dettes financières long terme	520	567
Dettes et passifs court terme	319	301
Total passif	1 593	1 622

Endettement financier net	-479	-518
% couverture à Taux Fixe	63%	63%

Structure de la dette au 31 décembre 2003

Endettement net 2003 : 479 Millions d'euros

Endettement brut 2003 : 520 Millions d'euros

Sources de financement

- Long terme : 87%
- Court terme : 11%
- Collectivités : 2%

Taux d'intérêt moyen de la dette long terme : 4,30% en 2003 après couverture

Les investissements

• VINCI Park a adapté son niveau d'investissement 2003 aux objectifs du Groupe

(en millions d'euros HT)	2003	2002	2001
Investissements de maintien en état de l'actif	19	25	25
Investissements de développement nets	32	35	44
Investissements financiers nets	5	48	35
Total investissements nets	56	108	104

Financement des investissements

• Avec un investissement moyen de l'ordre de 80 M d'euros HT par an, VINCI Park stabilise son endettement net

(en millions d'euros)	2003	2002
Capacité d'autofinancement	114	119
Investissements nets	-56	-108
Variations de BFR et de périmètre	+18	+36
Disponible	+76	+ 47
Dividendes distribués	-37	-58
Variation de l'endettement net	+39	-11

Ratios financiers

- Des ratios favorables
- Une capacité d'endettement supplémentaire significative

	2003	2002
Dette nette (en millions d'euros)	479	518
Dette nette / capitaux propres	66%	69%
Dette nette / capacité d'autofinancement	4,2	4,3
Dette nette / EBE	2,9	2,9

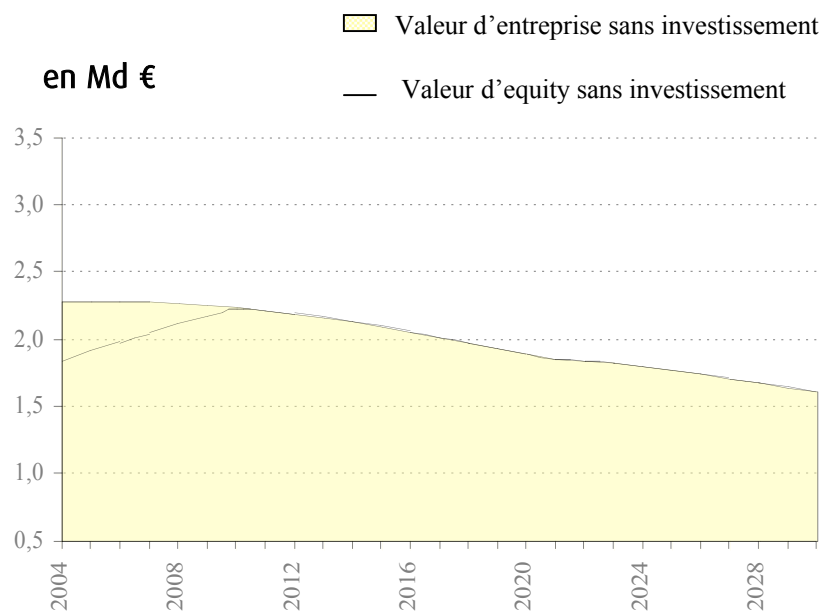
Valorisation de VINCI Park sans développement

Scénario sans investissement

- Croissance annuelle CA : +3% et charges : +2,1%
- VAN des free cash flows (FCF) : EBE – Renouvellement – IS
- WACC VINCI Park : 5,6% au 31/12/2003

En Md euros	2004	2010
Valeur d'entreprise	2,3	2,2
Valeur d'equity	1,8	2,2

Évolution de la valeur d'entreprise sans développement (1)



(1) Valeur actuelle nette (VAN) calculée pour chaque période (au 31/12) sur la base des Free Cash Flows futurs (FCF); Taux d'actualisation: 5,6%

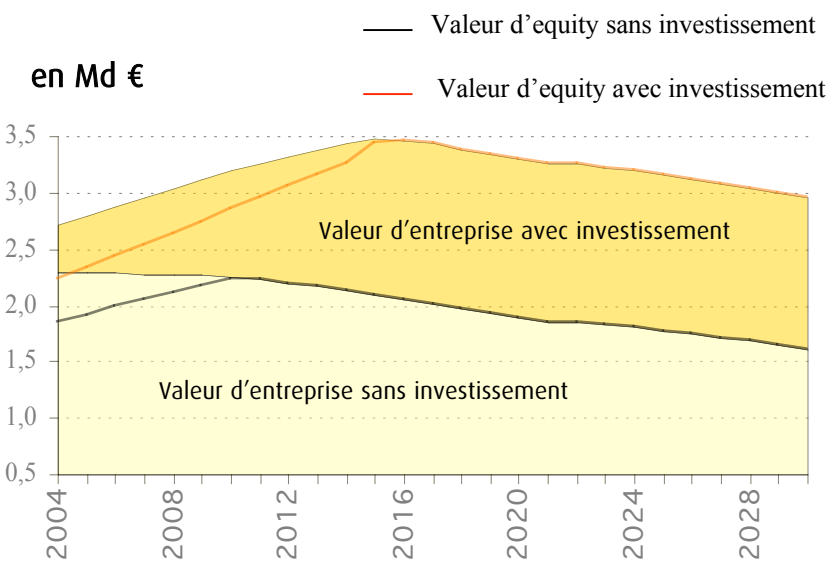
Valorisation de VINCI Park avec développement

Scénario avec investissement

- 60 M euros investis pendant 11 ans
- Mix de projets :
  - 2 pleines propriétés – 50 ans
  - 2 concessions grande ville – 30 ans
  - 2 concessions ville moyenne – 30 ans
  - 2 concessions reconduites – 15 ans
  - 1 croissance externe
- Autres paramètres inchangés

En Md d'euros	2004	2016
Valeur d'entreprise	**2,8**	**3,5**
Valeur d'equity	**2,2**	**3,4**

Évolution comparative de la valeur d'entreprise avec et sans développement (1)



(1) VAN calculée pour chaque période (au 31/12) sur la base des Free Cash Flows futurs (FCF); Taux d'actualisation: 5,6%

VINCI Park crée 400 M euros de valeur supplémentaire dès 2004

Perspectives

Perspectives

VINCI Park, leader européen créateur de services

La croissance portée par les services offerts

- Des ouvrages de qualité
- Une marque reconnue
- Des services valorisants

VINCI Park conduit une **stratégie commerciale et marketing originale et inédite** pour :

- développer le capital sympathie et la capacité de séduction de la marque
- favoriser la croissance du CA à forte valeur ajoutée

Perspectives

VINCI Park, leader européen créateur de valeur

Des opportunités de croissance

- France : un poids de forme pour la sortie de l'arrêté Gallot en juillet 2004
- International : renforcement en Europe et ouverture sur les PECO
- Synergies avec les autres filiales de VINCI Construction, VINCI Airport, COFIROUTE et ASF
- Une fertilisation croisée par le partage des savoir-faire locaux

Un projet d'avenir :

- Répondre aux aspirations écologiques
- Créer le champion mondial du stationnement intermodal

A BIENTOT