

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2001



N o u s r é i n v e n t o n s l e s t a t i o n n e m e n t

VINCI Park - Profil de l'entreprise

Chiffres clés 2001 :

Chiffre d'affaires	467,3 millions d'euros
Résultat net	37,1 millions d'euros
Effectifs	5 168
Nombre de places	728 000
Nombre de parcs	1 151
Nombre de villes	240
Nombre de pays	12

Depuis 40 ans, VINCI Park conçoit, construit, finance et exploite le service public du stationnement payant sur voirie et en ouvrages.

Partenaire global des collectivités, il apporte une solution personnalisée aux problèmes des villes qui souhaitent concilier le respect de l'environnement et le dynamisme de l'activité des centres urbains.

Attentif et réactif, VINCI Park évolue avec ses clients en restant à l'écoute des besoins nouveaux exprimés par les responsables locaux et par les automobilistes.

Son engagement s'exprime par la fierté de servir les villes en mettant à leur disposition des techniques de pointe et le savoir-faire d'équipes professionnelles.

Conseil d'administration :

Denis GRAND, Président
 Dario d'ANNUNZIO, nommé en juin 2002
 Xavier HUILLARD
 Bernard HUVELIN
 Christian LABEYRIE
 Roger MARTIN
 Christian PEGUET
 Jean-Luc POMMIER
 Claude POUSSIN
 Antoine ZACHARIAS

Comité de Direction :

De gauche à droite

Premier rang :

Renaud LAROCHE
 Directeur Administratif et Financier

Denis GRAND
 Président-Directeur général

Emmanuel LAPOSTOLLE
 Directeur Paris

Deuxième rang :

Jean-François CORNU
 Directeur France Régions

Laurent CANIARD
 Directeur des Ressources

Claude POUSSIN
 Directeur général
 délégué à l'International



VINCI Park - Le mot du Président



Avec la création de VINCI Park, l'année 2001 ne reste pas seulement celle d'une fusion réussie, elle est avant tout celle d'une naissance : la naissance d'un leader européen, la naissance d'une marque d'exigence, la naissance d'une nouvelle idée du stationnement.

Réunir les deux premières entreprises françaises du secteur aurait pu n'être qu'un défi humain et technique, mais VINCI a souhaité aller plus loin en voulant que du rapprochement des équipes naisse une ambition nouvelle, exprimée en terme de service et de qualité.

Car c'est sur ces deux concepts forts que nous avons voulu bâtir la première marque européenne du stationnement, persuadés que ce n'est pas la taille qui crée la dynamique, mais que c'est la qualité qui apporte le succès.

Dans le paysage du stationnement c'est une révolution que nous avons voulu mettre en marche : il ne s'agit pas seulement de rénover les parkings : nous le faisons, d'autres aussi. Il s'agit avant tout de changer notre mentalité, d'aller au-devant des souhaits des automobilistes, d'imaginer la ville de demain, de prévoir les services dont la collectivité et les individus auront besoin et qui pourront prendre place dans nos exploitations.

C'est ainsi que nous souhaitons VINCI Park, attentif et réactif face aux mutations de l'environnement urbain.

Denis GRAND





VINCI Park - Créer une marque pour le stationnement

Pour asseoir son identité, VINCI Park a souhaité ancrer sa marque sur une réalité professionnelle affirmée. Trois chantiers ont été développés autour de ce thème : la mise en place d'une signalétique identitaire, la création d'un environnement reconnaissable, le lancement d'une campagne publicitaire tournée vers le grand public.

• Une signalétique identitaire :

La présence fréquemment souterraine et l'aspect impersonnel des espaces de stationnement donnent à la signalétique un rôle essentiel dans l'environnement des parkings. Il ne s'agit pas seulement d'apporter une information, mais de permettre à tous, automobilistes et piétons, de se repérer dans l'espace et d'être rassurés par un accès direct aux fonctions de l'ouvrage.

C'est pourquoi VINCI Park a procédé à une étude approfondie des mobiliers signalétiques, de leur esthétique et de leur implantation avant d'entamer un renouvellement complet de l'ensemble des panneaux situés à l'intérieur et à l'extérieur de ses parkings.

La notoriété de la nouvelle marque doit beaucoup à l'irruption dans plus de 200 villes de panneaux, généralement lumineux, qui signalent la présence des parkings, alliant le nom de VINCI Park à des informations fonctionnelles présentées de manière sobre et élégante.

• Un environnement reconnaissable :

Les rénovations lancées par VINCI Park pour assurer une qualité de service homogène dans tous ses ouvrages ont permis de définir un environnement décoratif qui se caractérise par la simplicité des lignes, la sobriété des couleurs et la transparence des espaces. Le jeu des lumières et la rigueur du dessin architectural tendent à créer un climat apaisant. Les éléments décoratifs superflus ont été bannis pour favoriser la lisibilité des volumes et conduire l'œil vers une signalétique allégée qui participe au décor.

La présence de parfums d'ambiance et d'une musique choisie contribue au bien-être de la clientèle. A l'instar des lieux d'accueil du grand public que sont les aéroports ou les espaces de la grande distribution, VINCI Park a choisi de créer un univers discrètement reconnaissable, en rupture totale avec l'image traditionnelle du stationnement.

• Une campagne nationale de notoriété :

Pour élargir la notoriété de sa marque au-delà de ses 140 millions de clients français annuels, VINCI Park a lancé une campagne nationale de publicité destinée à faire connaître son nom et à l'associer dans l'esprit du public à une notion qualitative et à une image personnalisée du service.

Cette campagne a constitué une innovation dans le milieu professionnel du stationnement dans lequel une telle démarche de communication sur le métier n'avait jamais été accomplie.

VINCI Park - L'esprit de service

La création de VINCI Park a été placée d'emblée sous le signe du service, humanisant ainsi l'acte de stationnement et inscrivant le parking dans la vie de la cité.

Une enquête réalisée auprès des automobilistes et des collectivités locales a permis d'identifier trois pôles de développement des services : les services liés à l'automobile, les services liés à la mobilité et les services à la personne.

Parmi les premiers, on peut citer le lavage de voitures, le prêt de kits de dépannage pour petites pannes, l'installation de bornes de rechargement pour véhicules électriques,...

Les services liés à la mobilité sont ceux qui, comme le prêt de vélos ou la location de voitures, font du stationnement un auxiliaire des déplacements, créant une complémentarité naturelle entre les circulations douces, les transports collectifs et l'automobile.

Les services à la personne, tels le prêt de parapluie, le service d'accompagnement ou la mise à disposition de chariots pour les courses, fidélisent la clientèle en instaurant une relation humaine entre l'automobiliste et le personnel du parc.

La politique de service menée par VINCI Park a rencontré un succès immédiat tant auprès des clients que dans l'opinion publique.



2001 – Forte activité internationale

Janvier :

QUEBEC : Mise en service du parc "Cité Internationale" (360 places) en pleine propriété à Montréal

Février :

ESPAGNE : Acquisition en pleine propriété de 110 places de stationnement à Madrid

Mars :

ESPAGNE : Acquisition du parc concédé "Piscinas y Deportes" (664 places) à Barcelone

BELGIQUE : Obtention d'un contrat de dix ans pour la gestion du parc du Casino à Ostende

Avril :

CHINE : Renouvellement pour quatre ans d'un contrat de gestion portant sur six parkings (3 551 places) à Hong-Kong

Mai :

LUXEMBOURG : Renouvellement pour trois ans du contrat de gestion du parc Neipperg à Luxembourg (810 places)

ESPAGNE : Acquisition de trois parcs de stationnement concédés, à Madrid, Saragosse et Tolède (Total 1 152 places)

VINCI Park en Espagne



Avec 5 parcs achetés en 2001, l'activité en Espagne a connu un développement soutenu, portant ce nouvel ensemble au 5ème rang des opérateurs spécialisés. Le programme d'amélioration de la qualité des parcs et du service à la clientèle a été poursuivi : mise en place d'une nouvelle signalétique, renforcement de l'éclairage, création de nouveaux locaux d'exploitation... Ces mesures destinées à favoriser le confort des automobilistes ont été reçues favorablement par la clientèle, comme en témoigne l'augmentation des recettes enregistrée sur la période. L'année a également été marquée par la restructuration juridique de l'activité qui a permis de regrouper sous l'enseigne de VINCI Park España la totalité des filiales locales détenues à 100 %.

VINCI Park en Espagne :

- 27 parcs de stationnement
- 12 200 places gérées
- 130 personnes
- CA 2001 : 12,4 millions d'euros



Juin :

SUISSE : Obtention d'un contrat de trois ans pour la gestion du parking Malley-Lumière, à Lausanne (500 places)

Juillet :

BELGIQUE : Obtention d'une concession de trente ans pour l'exploitation de 1 500 places sur voirie et autorisation de construire deux parcs en pleine propriété (280 places) à Malines

Obtention d'une concession de vingt ans pour l'exploitation de 1 100 places sur voirie à La Panne

CHILI : Mise en service du parking Bulnes (376 places) en concession, à Santiago

Octobre :

CHILI : Signature d'un contrat pour l'exploitation pendant deux ans et demi de quatre parkings (1 600 places), à Santiago

Novembre :

GRANDE-BRETAGNE : Obtention d'un contrat de gestion portant sur sept parcs de stationnement (1 506 places), à Leicester

Décembre :

GRANDE-BRETAGNE : Acquisition des sociétés titulaires des concessions (PFI) des parcs de stationnement des hôpitaux de Cardiff et Dundee (5 200 places)

11 pays
599 parcs
307 000 places de stationnement
131,6 millions d'euros de chiffre d'affaires



France Régions : Nouvelle organisation, nouveaux clients

Une organisation de terrain :

L'année 2001 a été marquée par la mise en place d'une nouvelle organisation de l'activité en France. Ce remodelage a été guidé par un principe essentiel : la proximité du terrain.

Constatant que le stationnement relève d'une activité locale, VINCI Park a opté pour une organisation régionalisée, fortement décentralisée, qui laisse une large initiative aux responsables locaux, afin de leur permettre d'être réactifs face à l'évolution des besoins exprimés par les collectivités et les clients privés.

Neuf directions régionales ont été créées, reflétant la présence géographique de VINCI Park sur l'ensemble du territoire national. Chacune d'entre elles est organisée en secteurs autonomes qui regroupent une ou plusieurs villes. Cette organisation solidement structurée a permis aux responsables de terrain d'analyser les besoins locaux afin de mettre en place les services les plus appropriés à chaque exploitation et de développer une nouvelle approche du stationnement centrée sur ses deux clients qui sont l'autorité organisatrice et l'automobiliste. C'est ainsi que les nouveaux services développés par la Direction Commerciale et Marketing ont pu être mis en œuvre au plus près des utilisateurs.

161 villes
446 parcs
355 000 places de stationnement
222,5 millions d'euros de chiffre d'affaires





De nouveaux horizons pour le stationnement :

L'accroissement de la mobilité urbaine et l'émergence d'activités récentes ont fait naître des besoins de stationnement encore inconnus ces dernières années qui s'inscrivent dans les formes nouvelles de la ville : centres commerciaux, espaces de loisirs, zones d'activités à vocations multiples, sont autant de lieux issus de l'initiative privée qui ne peuvent vivre sans une offre de stationnement adaptée.

Ayant développé son savoir-faire depuis 40 ans dans la gestion du stationnement des collectivités locales, VINCI Park a choisi de mettre son expérience au service de ces nouveaux donneurs d'ordre qui sont confrontés aux problématiques du stationnement.

Précurseur dans la gestion du stationnement sur les sites marqués par la présence de générateurs spécifiques, grands magasins, centres commerciaux, cliniques ou hôpitaux, centres d'activités ou bureaux, VINCI Park a poursuivi en 2001 son développement auprès de ces prescripteurs, comme conseil, prestataire, gestionnaire ou investisseur, réalisant ainsi nombre d'opérations significatives, parmi lesquelles :

Centres Commerciaux :

Bagnolet :	Centre commercial Bel'Est : 1 500 places
Charenton :	Centre commercial Bercy II : 2 200 places
Cergy-Pontoise :	Centre commercial 3 Fontaines : 3 800 places

Aéroport :

Bordeaux :	Aéroport Mérignac : 4 580 places
------------	----------------------------------

Loisirs :

Ivry s/Seine :	Complexe cinématographique et jardinerie : 890 places
Fontainebleau :	Stationnement temporaire des manifestations hippiques du Grand Parquet
Rouen :	Hypermarché de bricolage : 480 places

Bureaux :

La Défense :	Immeuble Coeur Défense : 2 830 places
--------------	---------------------------------------

Santé :

Marseille :	Clinique Beauregard : 400 places
-------------	----------------------------------

2001 a vu également une importante demande d'études de projets dans ces domaines, laissant augurer une forte croissance de ces activités pour les années à venir.



2001 – Apparition d'une nouvelle marque à Paris

Un leader affirmé :

En faisant apparaître simultanément sa nouvelle enseigne sur plus de cent parcs de la capitale, VINCI Park a affirmé sa position de leader de la gestion du stationnement parisien.

L'émergence de la nouvelle marque s'est accompagnée à Paris d'un effort sans précédent de rénovation des parcs de stationnement qui sera poursuivi au cours des exercices à venir. Il s'agissait de mettre la réalité des exploitations en harmonie avec les ambitions de qualité qui ont présidé à la création de la marque. Plus de 5 millions d'euros ont été consacrés pour cela à des travaux de peinture, d'embellissement, d'amélioration du confort et de la sécurité des ouvrages, mais aussi à la mise en place de nouveaux services tels que la location automobile.

Un développement ciblé :

Fort d'une présence historique très solide sur le marché des parcs de stationnement concédés de la Ville de Paris, VINCI Park a orienté sa stratégie de croissance vers la recherche de clients privés, afin de rééquilibrer son portefeuille d'activités.

Les contrats signés avec le CCF, pour l'exploitation d'un parc boulevard Haussmann, et avec la société ATIN VENDOME, pour l'exploitation d'un autre parc rue de l'Etoile, illustrent cette démarche.

Par ailleurs la mise en service de l'extension du parc Soufflot et le renouvellement de contrats passés avec la Ville de Paris, comme la concession du parc Madeleine-Tronchet (1 080 places), ou avec des clients privés, comme le contrat de prestation de service pour la gestion du parc Haussmann C & A, ont conforté la présence de VINCI Park à Paris sur ses positions traditionnelles.

Enfin l'obtention d'un deuxième contrat auprès de l'OPAC de Paris a permis de renforcer la présence de VINCI Park sur le marché prometteur de la valorisation et de la gestion des parcs de stationnement appartenant aux grands bailleurs sociaux de la capitale.



106 parcs
66 000 places de stationnement
113,2 millions d'euros de chiffre d'affaires

Un nouveau service : PROXIRENT

La société de location automobile PROXIRENT, créée en 2000 avec un partenaire extérieur pour élargir la gamme des services proposés dans les parcs de stationnement, a connu un développement très satisfaisant en 2001 avec la mise en place de trois nouvelles agences, toutes situées dans la capitale (Champs-Élysées, Magenta et Malesherbes).

Installées dans les parkings, les agences de PROXIRENT ont rapidement rencontré un réel succès. Elles sont notamment prisées pour leur disponibilité, puisqu'à l'instar des parcs elles sont ouvertes 24H/24. Situées au cœur de la ville, leur proximité a séduit les citadins. Enfin l'accueil personnalisé que propose leur personnel, retient l'attention d'une clientèle de quartier.

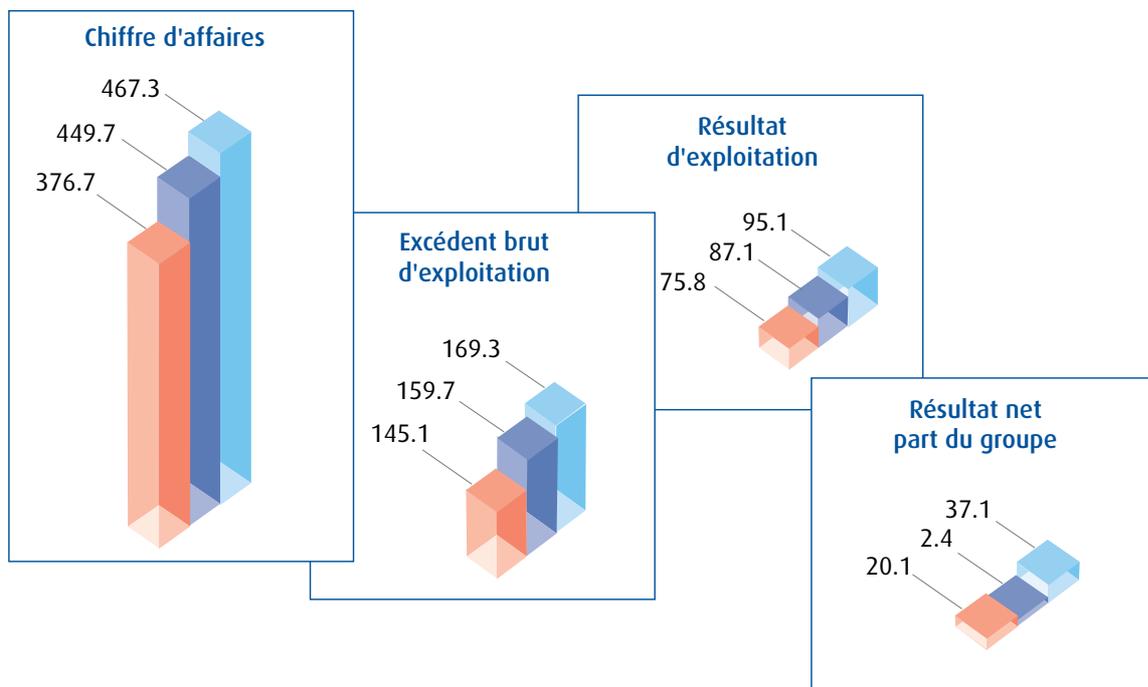


Au 31 décembre 2001, PROXIRENT détenait un parc de 75 véhicules dont le taux d'utilisation s'élevait à 72 % sur l'année. Les contrats de location avaient une durée moyenne de 7,3 jours.

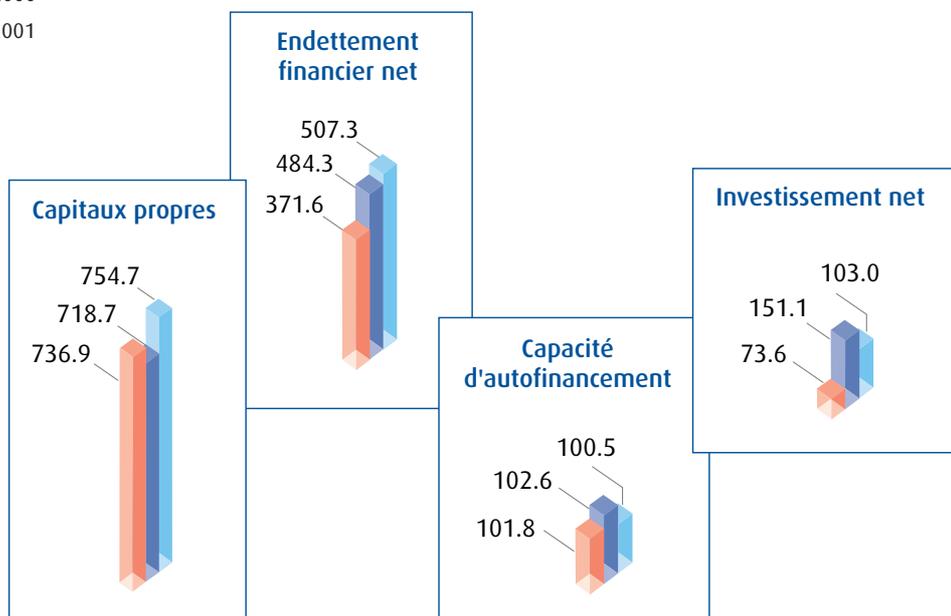


VINCI Park - Chiffres clés pro forma (en millions d'euros)

Le regroupement du pôle stationnement de VINCI au sein de VINCI Park s'est effectué au cours de l'exercice 2001. Afin d'assurer la comparaison, les chiffres clés des exercices 1999 et 2000 sont présentés pro forma.

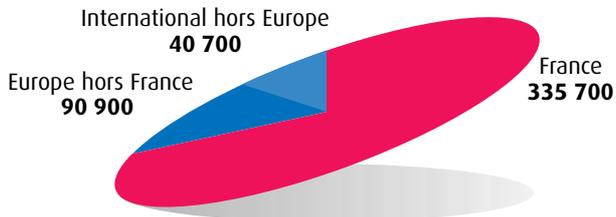


■ 1999
■ 2000
■ 2001

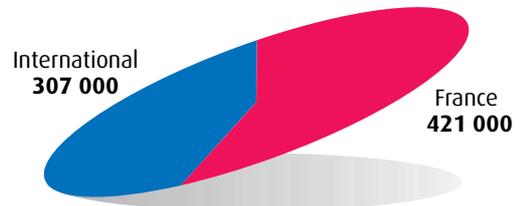


VINCI Park - Chiffres clés

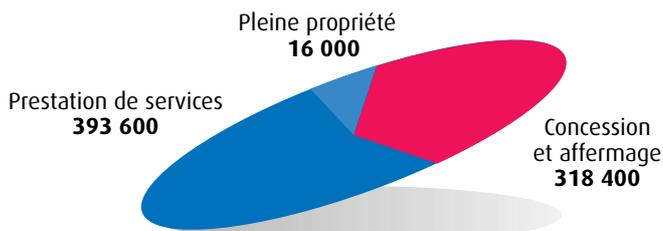
Répartition géographique
du chiffre d'affaires : 467 300
(en milliers d'euros)



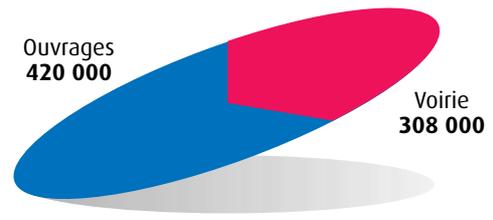
Nombre de places gérées : 728 000



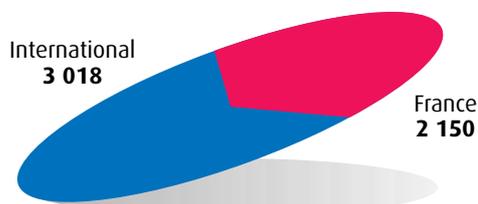
Répartition des places gérées : 728 000



Répartition des places gérées : 728 000



Effectifs : 5 168 salariés



VINCI Park - Compte de résultat consolidé

La prise de contrôle par VINCI Park des entités acquises dans le cadre des opérations de cette date a été retenue pour ce qui concerne l'entrée

(en milliers d'euros)	31/12/2001	31/12/2000
Produits d'exploitation		
Chiffre d'affaires	467 304	204 213
Autres produits	39 348	4 000
Charges d'exploitation		
Achats consommés	- 40 141	- 5 889
Autres achats et charges externes	- 157 192	- 74 980
Impôts et taxes, versements assimilés	- 17 274	- 4 234
Salaires, traitements et charges sociales	- 121 624	- 61 610
Participation des salariés aux fruits de l'expansion	- 1 098	-488
Excédent brut d'exploitation	169 323	61 012
Variation des dotations aux amortissements et provisions	- 74 273	- 21 957
Résultat d'exploitation	95 050	39 055
Produits financiers	5 094	520
Charges financières	- 31 426	- 15 281
Résultat financier	- 26 332	- 14 761
Résultat courant	68 718	24 294
Résultat sur cessions d'actif immobilisé	14 610	- 875
Autres produits et charges à caractère exceptionnel	- 7 900	- 5 385
Résultat exceptionnel	6 710	- 6 260
Impôts sur les bénéfices	- 14 093	- 11 598
Résultat net des sociétés intégrées	61 335	6 436
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1 118	
Amortissement des écarts d'acquisition	- 24 895	- 15 818
Résultat net total	37 558	- 9 382
Part revenant aux intérêts minoritaires	- 472	- 758
Résultat net part du groupe	37 086	- 10 140
Résultat net par action (en Euros)	3,08	- 2,71





VINCI Park - Bilan consolidé

réorganisation du pôle stationnement du groupe VINCI ayant eu lieu au 1er janvier 2001, de ces entités dans le périmètre de consolidation.

ACTIF (en milliers d'euros)	Net au 31/12/2001	Net au 31/12/2000
Immobilisations incorporelles	12 836	18 070
Ecart d'acquisition	222 241	25 727
Immobilisations du domaine concédé	898 422	301 143
Immobilisations corporelles		
Immobilisations	336 371	89 161
Immobilisations en cours	6 354	3 191
Immobilisations financières	38 913	2 214
Titres mis en équivalence	6 406	
Total actif immobilisé	1 521 543	439 506
Stocks et en-cours	6 268	2 901
Clients et comptes rattachés	112 940	26 971
Autres créances et comptes de régularisation	44 033	35 144
Valeurs financières		
Valeurs mobilières de placement	11 922	932
Autres créances financières	94 809	27 114
Total actif circulant	269 972	93 062
TOTAL ACTIF	1 791 515	532 568

PASSIF (en milliers d'euros)	Net au 31/12/2001	Net au 31/12/2000
Capital	192 533	57 095
Réserves consolidées	522 597	25 291
Résultat (part du groupe)	37 086	- 10 140
Ecart de conversion	2 138	2 511
Provisions spéciales de réévaluation	301	334
Capitaux propres du groupe	754 655	75 091
Intérêts minoritaires	1 571	2 950
Provisions pour risques et charges	35 208	26 915
Dettes financières	614 003	311 677
Avances et acomptes reçus ou à recevoir		671
Fournisseurs	128 702	17 784
Dettes fiscales et sociales	42 991	43 991
Autres dettes et comptes de régularisation	214 385	53 489
Total dettes	1 000 081	427 612
TOTAL PASSIF	1 791 515	532 568



Neuilly Barcelone Nancy Liverpool
Saragosse Saint-Germain-en-Laye Fort-de-France
Montréal Glasgow Santiago Milton Keynes
Saint-Cloud Madrid Toulouse Montrouge



Lausanne Sèvres Mulhouse Nîmes Perpignan Clichy
Montpellier Agen Dunkerque Fontainebleau
Boulogne-Billancourt Orléans Sète Melun Metz
Vannes **I**vry **N**ice **C**aen **I**ssy-les-Moulineaux
La Défense Blois Marseille Rambouillet Grenoble
Prague **A**vignon **R**ouen Hong-**K**ong Périgueux
Biarritz La Rochelle Amiens Tours Londres
Strasbourg Lyon Luxembourg Versailles Lille
Anvers Honfleur Toulon Grasse Clermont-Ferrand

