

# DOSSIER DE PRESSE



**INDIGO**

PLACE AU FUTUR

# Sommaire

---

## 1 Vinci Park devient Indigo et fait place au futur

- Une nouvelle promesse : offrir plus qu'une place de stationnement
- ... Qui repose sur des fondamentaux réaffirmés
- ... Et s'incarne dans une nouvelle marque

---

## 2 Pourquoi ? Accompagner les grandes mutations de la mobilité individuelle

- Une croissance démographique synonyme de concentration urbaine
- Une transformation des modes de transport
- Le "tout connecté"
- Des espaces urbains multi-fonctionnels

---

## 3 Comment ? De nouvelles offres au service des particuliers, des entreprises et des collectivités

- Un stationnement plus facile
- La possibilité de composer sa mobilité
- Des services personnalisés

---

## 4 Une ambition forte : devenir la référence mondiale en matière de stationnement et de mobilité individuelle

- Conserver sa longueur d'avance historique
- Etendre son réseau mondial
- Etre un partenaire privilégié du développement des territoires
- Se donner les moyens de son ambition



---

## VINCI PARK DEVIENT INDIGO ET FAIT PLACE AU FUTUR

---

En un siècle, les automobiles ont plus évolué que le rapport à l'automobile : les voitures parlent, roulent sans essence, se garent toutes seules...

Avec plus de 100 000 nouveaux véhicules par jour dans le monde, la voiture est au cœur de la mobilité.

Comble du paradoxe, cet objet à vocation mobile passe l'essentiel de son temps dans l'immobilité.

Aujourd'hui, VINCI Park a décidé de relever un défi majeur : **faire de cette immobilité un facteur de richesse individuelle et collective.**

---

## UNE NOUVELLE PROMESSE : OFFRIR PLUS QU'UNE PLACE DE STATIONNEMENT

---

Le 5 novembre 2015, VINCI Park devient Indigo et se tourne de façon significative vers l'avenir pour s'inscrire au cœur des nouvelles mobilités.

Sa nouvelle promesse, « **Place au futur** », incarne une volonté d'offrir plus qu'une place pour se garer : il s'agit de permettre aux individus de tirer le meilleur parti de leurs déplacements en les connectant à leur environnement de façon toujours plus intelligente.

Pour cela, Indigo va faire du parking un véritable **hub de mobilité** vers chaque destination, en offrant le réseau de stationnement le plus complet et le plus avancé au service des déplacements individuels.

Espace de vie et d'interconnexions ouvert sur la ville, **le parking Indigo se veut technologique, durable et modulable.**

Concrètement, cela signifie :

- **Pour l'usager** : entrer dans un parking sans prendre de ticket, se faire guider par son mobile jusqu'à sa place réservée, récupérer un scooter électrique pour poursuivre son déplacement, revenir chercher sa voiture et constater que ses courses ont été livrées, puis repartir en réglant par prélèvement automatique ;
- **Pour les acteurs économiques locaux (centres commerciaux, hôpitaux, gares, aéroports...)** : bénéficier d'offres tarifaires préférentielles et accéder à de nouveaux types de services comme des solutions de self-stockage, ou encore la livraison du dernier kilomètre ;
- **Pour les collectivités** : une ville où les problèmes liés à la voiture (temps de trajet, engorgement, absence d'irrigation du centre-ville) sont diminués grâce à la mise en place d'une gestion intégrée simultanée de tous les modes de stationnement en voirie et en sous-sol ; un stationnement connecté, qui informe sur ce qu'une destination a de meilleur et renforce la dynamique économique des quartiers.

En faisant place au futur, Indigo crée les conditions d'une nouvelle expérience de la mobilité et réinvente les rapports entre la ville et la voiture, en accompagnant les politiques urbaines.

---

## QUI REPOSE SUR DES FONDAMENTAUX RÉAFFIRMÉS

---

La nouvelle promesse d'Indigo repose sur un socle de fondamentaux historiques, véritable ADN de l'entreprise : **l'accueil, la propreté et la sécurité.**

Précurseur dans son secteur, c'est sur ces trois piliers que l'entreprise a construit son offre depuis cinquante ans et a réussi à transformer, en profondeur, la perception et la réalité des parkings :

- **Accueil** : en plaçant l'écoute du client en première priorité, en formant ses équipes pour mieux conseiller les usagers, en proposant le prêt de vélos, de cabas, de parapluies... ;
- **Propreté** : en faisant des parkings des espaces agréables, propres et qui sentent bon ;
- **Sécurité** : en offrant des espaces lumineux, en jouant sur la transparence des matériaux, en signalisant les parcours dès l'entrée dans le parc pour créer un sentiment de sécurité. Mais aussi en mettant en place une vidéo-surveillance, un accès piéton sécurisé et en offrant une assistance 24 h sur 24, 7 j sur 7.

Avec sa nouvelle promesse, « **Place au futur** », la volonté d'Indigo est d'aller toujours plus loin sur ces fondamentaux, dans une volonté d'amélioration continue. Les nouvelles technologies et la formation renforcée des équipes sont des leviers clés de cette dynamique.

## ... ET S'INCARNE DANS UNE NOUVELLE MARQUE

Cette nouvelle étape dans l'histoire de l'entreprise s'incarne dans un changement de marque : VINCI Park devient Indigo.

Un nom simple et positif, déclinable à l'international, qui fait référence à la septième couleur de l'arc en ciel : un bleu violet très profond. Une couleur vive qui exprime dynamisme et convivialité, et que Léonard de Vinci définissait comme la couleur du lointain, de l'infini et du futur.

Le rose, autre composante du logo, est une couleur chaleureuse et conviviale qui établit un rapport de proximité avec les clients, rappelant qu'Indigo est avant tout une marque de service destinée à simplifier le quotidien de chacun.

Indigo, c'est aussi un clin d'œil au « IN » et au « GO », deux syllabes qui évoquent la mobilité. C'est, enfin, une référence à l'« Individual Going », qui est au cœur de la promesse d'Indigo : offrir des services de mobilité personnalisés et adaptés au style de vie de chacun.

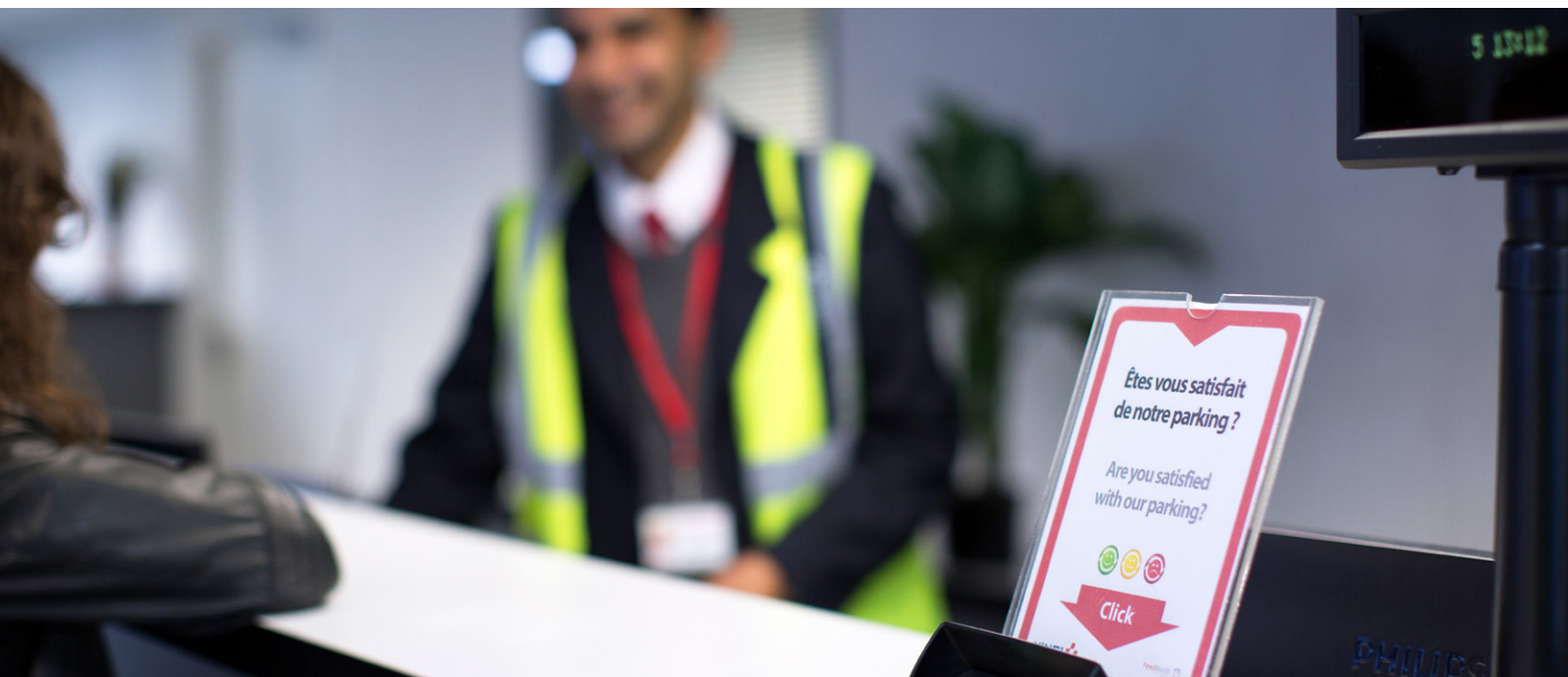
La typographie du logo allie rondeur et robustesse pour asseoir de façon concrète le leadership de la marque et sa proximité avec les clients finaux.

Enfin, Indigo est aussi associé à une nouvelle signature de marque : « Place au futur ». Expression d'un métier renouvelé, dans lequel la « place », ouverte sur le monde et connectée, remplace le « parking », et inscrit Indigo dans une promesse de modernité et d'innovation.

# INDIGO

PLACE AU FUTUR





---

## POURQUOI ? ACCOMPAGNER LES GRANDES MUTATIONS DE LA MOBILITÉ INDIVIDUELLE

---

Les nouveaux modèles économiques, l'évolution des usages et le développement des villes font de plus en plus la part belle à une mobilité multimodale et hyper connectée. Indigo a pris en compte ces mutations pour voir en chacune d'elles une opportunité de se réinventer.

---

### UNE CROISSANCE DÉMOGRAPHIQUE SYNONYME DE CONCENTRATION URBAINE

---

La population mondiale devrait augmenter de près d'un milliard de personnes pour atteindre 8,1 milliards d'habitants en 2025, et 9,6 milliards en 2050 (Source : INSEE, 2014). Cet accroissement de la population aura un impact très important sur les grandes métropoles : **la planète comptera + 75 % de citadins dans le monde d'ici 2050 (source Navigant Research, 2015).**

**Aujourd'hui, à titre d'exemple, en 2015, en France, 20 % de la circulation urbaine est due à la recherche de place de stationnement (Source CEREMA).**

La concentration urbaine à venir implique donc de repenser la ville pour la rendre plus intelligente. Au-delà de la modernisation des infrastructures urbaines, l'enjeu est d'optimiser leur fonctionnement pour s'adapter aux nouveaux usages de la mobilité et éviter la congestion.

---

## UNE TRANSFORMATION DES MODES DE TRANSPORT

---

Les constructeurs automobiles ne cessent d'innover dans les technologies hybrides, électriques et hydrogènes pour répondre au défi du développement durable des villes.

Les véhicules électriques pourraient représenter 20 % du marché européen automobile en 2030 (*Rapport final, projet européen SSelecTRA*).

Avec 45 000 immatriculations nouvelles sur le premier semestre 2015, l'Europe devient le principal marché du véhicule électrique et la France une de ses locomotives.

Avec plus de 100 000 véhicules de plus par jour sur les routes dans le monde, 50 véhicules en Chine pour 1 000 habitants, contre 800 aux Etats-Unis (*Source : L'Observatoire Cetelem 2015*), l'avenir va ainsi clairement se composer avec une voiture devenue partie intégrante de la dynamique d'innovation durable.

---

## LE "TOUT CONNECTÉ"

---

Deux chiffres :

- • 420 millions de voitures connectées dans le monde en 2018  
(*Etude « Connected cars », Idate*)
- • 25 à 30 milliards d'objets connectés dans le monde en 2020  
(*Etude Gartner et évaluation d'ABI Research*)



La troisième révolution digitale est engagée. Après les individus, les objets communiquent entre eux grâce à Internet. Déjà, la voiture sans chauffeur s'annonce comme l'innovation de rupture des trente prochaines années, et permettrait de faire rouler cinq fois plus de voitures sans augmenter la congestion.

Si la voiture devient l'un des lieux de la connexion, le parking devra être à la fois un relais et un réceptacle de cette capacité de la voiture à être connectée : il doit désormais s'ouvrir sur le monde qui l'entoure.

---

## DES ESPACES URBAINS MULTIFONCTIONNELS

---

La densité de la ville n'est pas une fatalité. L'optimisation de l'utilisation de l'espace, notamment des espaces bâtis, passe par la mixité fonctionnelle.

Longtemps, la ville s'organisait en espaces distincts ayant chacun une fonction : centre urbain, périphérie, ...

Aujourd'hui, chaque parcelle mélange progressivement toutes les fonctions.

Alors que **40 % de la superficie des zones commerciales accueille des parkings en Île-de-France, soit 920 hectares, l'équivalent du Bois de Vincennes (Source : 13 pistes pour construire la ville sur la ville / Atelier international du Grand Paris)**, le parking lui-même est appelé à se reconvertir et s'aménager pour répondre à de nouveaux usages : espace de livraison, de commerce, de stockage, de partage, de loisirs...

Certains espaces ont déjà commencé leur mue, comme les halls de gares en France, devenus des « gares en mouvement », proposant commerces, restauration, connections avec les autres modes de transport.







---

## COMMENT ? DE NOUVELLES OFFRES AU SERVICE DES PARTICULIERS, DES ENTREPRISES ET DES COLLECTIVITÉS

---

Pour accompagner les grandes mutations démographiques, technologiques et urbaines, Indigo offre aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités : un stationnement plus facile, la possibilité de composer sa mobilité et des services personnalisés.

Indigo donne à imaginer la voiture non plus comme une contrainte, mais un moyen de mieux vivre sa ville en toute liberté.

---

### UN STATIONNEMENT PLUS FACILE

---

En permettant un stationnement plus facile, Indigo contribue à **décongestionner les villes** et offre aux particuliers **un parcours totalement fluide, autrement dit « sans couture »**.

Pour cela, Indigo déploie une multiplicité de solutions innovantes et technologiques :

- Un système de lecture des plaques minéralogiques qui permet d'entrer et sortir

automatiquement des parkings. Cet accès « sans contact » existe déjà sur certains sites et sera déployé début 2016 ;

- La réservation de place en amont pour rendre la recherche de place la moins stressante possible. Déjà disponible sur le site internet Indigo, cette fonctionnalité sera bientôt accessible sur mobile ;
- Le paiement par mobile ;
- La géolocalisation de sa voiture ;
- Une interconnexion avec les transports collectifs publics grâce à une solution de billettique intégrée : les titres de transport en commun sont reconnus comme des titres d'abonnement au parking et les tickets de bus donnent le droit à des réductions dans des parcs relais.

---

## LA POSSIBILITÉ DE COMPOSER SA MOBILITÉ

---

En offrant la possibilité à chacun de composer sa mobilité, Indigo contribue à la **vitalité économique d'un territoire** (promesse B2B) et transforme le parking en **véritable hub de mobilité** (promesse B2C).

Pour cela, Indigo propose des solutions de mobilité totalement nouvelles pour des parcs de stationnement : aujourd'hui, au sein des parkings Indigo, les clients ne viennent plus simplement pour y garer leur voiture, mais peuvent également recharger leur voiture électrique, louer un vélo ou un scooter, tout en accédant à des services d'auto partage de véhicules.

---

## DES SERVICES PERSONNALISÉS

---

Qu'ils soient particuliers, entreprises ou collectivités, Indigo a choisi de faire de chacun de ses clients **un « client connu et reconnu », disposant d'une offre sur mesure.**

Pour cela, la relation client est gérée par les équipes d'Indigo de chaque pays, de manière à assurer une parfaite compréhension du besoin et une réponse adaptée et rapide.

Chaque client dispose d'un compte unique, d'accès plus fluides grâce à la lecture de sa plaque minéralogique, de paiements simplifiés via son mobile, d'un programme de fidélité et d'offres préférentielles (ex : carte d'abonnement pour les flottes d'entreprises), d'un accès à des zones premium VIP..

Indigo offre aussi des services aux résidents, salariés et petits commerces de proximité (dropbox, livraison au dernier kilomètre, conciergerie, solution de self-stockage...).

Enfin, la politique de tarification est adaptée à l'usage de chacun.





---

## UNE AMBITION FORTE : DEVENIR LA RÉFÉRENCE MONDIALE EN MATIÈRE DE STATIONNEMENT ET DE MOBILITÉ INDIVIDUELLE

---

En proposant simultanément une gestion intégrée de tous les modes de stationnement pour désengorger les villes et une expérience consommateur profondément nouvelle, Indigo ouvre la voie à un nouveau standard mondial et marque sa volonté de passer du statut d'opérateur de parkings à celui d'**acteur mondial du stationnement et de la mobilité individuelle**.

---

## CONSERVER SA LONGUEUR D'AVANCE HISTORIQUE

---

Depuis plus de 50 ans, VINCI Park était le leader mondial du parking et n'avait de cesse d'innover pour améliorer l'expérience client et accompagner les collectivités et les acteurs privés dans la mise en œuvre de solutions de stationnement sur-mesure.

En 1964, Parc GTM devenait le premier concessionnaire d'un parking public en France en ouvrant le parking des Invalides, à Paris.

En 2001, VINCI fusionne ses filiales dédiées au stationnement pour donner naissance à VINCI Park, leader français du marché du stationnement : en replaçant le client au cœur de sa démarche, VINCI Park améliorait l'expérience du stationnement en imaginant des lieux sûrs, propres, clairs et accueillants, ainsi que des services permettant aux citoyens de profiter de la ville.



En 2013, VINCI Park lançait les parkings de 4<sup>e</sup> génération, en proposant d'en faire de véritables hubs de mobilité connectés et ouverts sur la ville.

Parce que l'innovation et l'esprit pionnier figurent dans son ADN, Indigo souhaite aujourd'hui consolider son leadership en offrant le meilleur de la technologie en matière de stationnements intérieurs et extérieurs, ainsi que les offres de mobilité individuelle les plus avant-gardistes.

---

## ÉTENDRE SON RÉSEAU MONDIAL

---

En 1980, Indigo s'adressait au marché des parkings en sous-sol, estimé à 15 milliards d'euros. En 2000, Indigo élargit son offre au secteur du stationnement dans son ensemble (sous-sol et voirie) qui atteint 40 milliards d'euros.

Aujourd'hui, c'est à l'ensemble du marché du stationnement et de la mobilité individuelle auquel l'entreprise s'adresse : en 2015, ce dernier représente 44 milliards de dollars (contre 15 milliards en 2000) et devrait atteindre 140 milliards de dollars en 2025 (Frost & Sullivan).

Dans ce marché, Indigo a une position privilégiée : présent dans 14 pays répartis sur trois continents, l'entreprise opère un réseau mondial qui s'appuie sur un important maillage territorial, notamment en France.

Ce réseau de stationnement est le plus complet et le plus innovant du marché : en ouvrage, en voirie, en co-stationnement, Indigo opère suivant des modes contractuels variés et adresse tous les segments de marché.

L'ambition d'Indigo est d'**étendre son réseau mondial en s'appuyant sur un fort ancrage local** qui lui permet de mieux appréhender ses différents marchés et de rester proche et à l'écoute des besoins de ses clients.

- Ainsi, en France, où se situent le siège social et les équipes R&D d'Indigo, l'entreprise souhaite maintenir sa position de leader et continuer à jouer son rôle de partenaire privilégié des collectivités et des acteurs privés en co-construisant avec eux les solutions de mobilité de demain.
- En Europe, où le marché du stationnement est mature, Indigo entend poursuivre son développement par acquisition et par croissance organique.
- En Amérique du Nord, marché très fragmenté, l'entreprise vise à contribuer à consolider le secteur et à y importer le modèle concessif. L'achat des actifs de WestPark à Calgary, pour s'implanter dans l'Ouest canadien et augmenter ses parts de marché, va dans ce sens.
- En Amérique du Sud – où Indigo s'est établi en 2013 en rachetant 50 % de la société brésilienne Moving – le groupe entend poursuivre son développement à partir du Brésil en réalisant d'autres acquisitions en joint-venture.
- Enfin, le continent de conquête pour 2016 est l'Asie.

---

## ÊTRE UN PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ DU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

---

En tant que leader d'un secteur au cœur de la vie de la Cité, Indigo se positionne en partenaire privilégié des collectivités et des acteurs privés pour développer la dynamique économique des territoires.

Grâce à son organisation décentralisée en directions locales, qui s'appuie sur des équipes terrain, Indigo est à l'écoute des besoins particuliers de chaque ville et interagit avec les services de proximité utiles aux citoyens.

En connectant harmonieusement les parkings à la ville, en y proposant des services de logistique urbaine, en améliorant la visibilité des commerçants de proximité, Indigo soutient l'activité commerciale des quartiers.

Enfin, en proposant des bornes pour vélos et voitures électriques, Indigo promeut une mobilité plus respectueuse de son environnement.

---

## SE DONNER LES MOYENS DE SON AMBITION

---

Filiale à 100 % de VINCI jusqu'en 2014, Indigo est aujourd'hui détenue à près de 37 % par Ardian (société d'investissement indépendante qui gère 47 milliards de dollars d'actifs en Europe, en Amérique du Nord et en Asie) et à près de 37 % par Crédit Agricole Assurances (premier bancassureur en Europe, qui rassemble les filiales assurances du Crédit Agricole), et à un peu moins de 25 % par VINCI.

L'ouverture de capital intervenue il y a un an donne les moyens à Indigo de déployer une stratégie de développement ambitieuse. En effet, Ardian, Crédit Agricole Assurances et VINCI, souhaitent accompagner Indigo dans son nouvel élan et lui permettre de dépasser un milliard d'euros de chiffre d'affaires à horizon 2020.



# VINCI Park devient INDIGO

## Le leader mondial du stationnement et de la mobilité individuelle change d'identité et devient INDIGO

Le Groupe français emploie **15 000 personnes dans 14 pays et plus de 500 villes**. Il est le seul opérateur du secteur à être présent sur trois continents et sur tous les types de stationnement : voirie, parcs en ouvrages, parcs privés mutualisés.

Indigo exploite plus de **4 000 parkings** dans le monde, avec plus de **2 millions de places de stationnement** et **plus de 2 500 km de voirie**.

Indigo accompagne les collectivités et les acteurs privés (hôpitaux, centres commerciaux, gares, aéroports...) et développe des offres de stationnement personnalisées pour les utilisateurs, tout en rendant la ville plus agréable et plus fluide.

Dans un marché de la mobilité en plein essor, estimé à 100 Mds€ en 2025, Indigo est un acteur clé des enjeux de mobilité du futur.

La société Infra Foch S.A.S. détient près de 100 % du capital de Indigo Infra S.A. (antérieurement dénommée VINCI Park S.A.).

Infra Foch S.A.S. est indirectement détenue à hauteur de près de 37% par un fonds d'investissement géré par Ardian, à hauteur de près de 37 % par Crédit Agricole Assurance via sa filiale Predica, à hauteur d'un peu moins de 25 % par VINCI Concessions (Groupe VINCI) et pour le solde par le management du groupe et par les salariés à travers le FCPE.

**INDIGO. Place au futur.**

## INDIGO EN CHIFFRES CLÉS



**14**  
pays



+ de **500**  
villes



+ de **15 000**  
collaborateurs



+ de **4000**  
parkings



**733 M€**  
chiffre d'affaires en 2014

+ de **150 M€**  
d'investissements engagés en 2014



+ de **2 500 km**  
de voirie urbaine exploitée



+ de **2 millions**  
de places de stationnement

**INDIGO**