

INTERVIEW

STÉPHANE SEIGNEURIN, fondateur de MyCarSpot

« Une levée de fonds pour accélérer notre croissance »

La start-up montpelliéraine MyCarSpot propose une solution de gestion des places de parking en entreprises. Un concept novateur qui commence à connaître un certain succès en France, mais aussi en Europe. D'où la nécessité d'une levée de fonds attendue pour 2020.

Comment une start-up comme MyCarSpot s'est adaptée à la situation de crise actuelle ?

Pendant le confinement, toutes nos équipes ont été mises en télétravail. Nous sommes sur un modèle très digital, cela n'a donc pas posé de soucis majeurs. Nos projets ont ainsi pu continuer à avancer, nous avons tenu nos engagements de livraison vis-à-vis des clients. Ce qui a finalement été le plus impacté est le business entrant, la plupart des entreprises ont préféré repousser à plus tard leurs projets en termes d'organisation du travail. Nous avons enregistré une pause dans notre croissance. Ceci étant, nous avons eu des contrats avec des prospects qui étaient en mode crise, en situation d'urgence, qui nous ont appelés pour démarrer très vite une activité de gestion de leur parking. Ils voulaient favoriser le stationnement de leurs employés dans une phase où les transports en commun ne sont pas recommandés. Pour l'anecdote, grâce à notre activité, nous avons pu constater que le taux de remplissage des parkings de nos clients était en chute libre.

Quels enseignements croyez-vous que les entreprises tireront de cet épisode ?

Il restera forcément de cette crise une nouvelle façon de penser. Qui se déplace ? Qui va au travail ? Qui peut faire du télétravail ? Ces questions vont se poser plus massivement, les entreprises vont devoir composer avec une organisation du travail plus complexe. Cette évolution, si elle venait à se confirmer, serait positive pour MyCarSpot car tout le monde sera à la recherche de solutions pour mieux structurer ce mouvement. Le rebond qui suivra cette crise sera très intéressant.

Quel rôle pourrait jouer MyCarSpot dans ce nouveau schéma ?

Nous avons eu beaucoup de questions en lien avec la crise. MyCarSpot est habitué à gérer des accès prioritaires dans les parkings, par exemple pour les collaborateurs qui font du covoiturage ou qui habitent loin de leur lieu de travail et au cours des dernières semaines, il nous a été demandé de gérer des accès prioritaires pour raison de santé ou pour motif impératif de service. Dans nos algorithmes, nous allons prendre en compte de nouveaux critères qui permettront aux entreprises de gérer des situations un peu particulières. Nous allons ainsi pouvoir mieux les accompagner dans les conditions un peu tendues. Nous continuons en parallèle à leur dire que notre solution de gestion des places de parking permet de gagner du temps, de mieux optimiser les ressources, ce qui est important dans un contexte de crise. Elles peuvent ainsi être plus performantes sur leur cœur d'activité.

Quelle était la dynamique de votre entreprise ces derniers mois ?

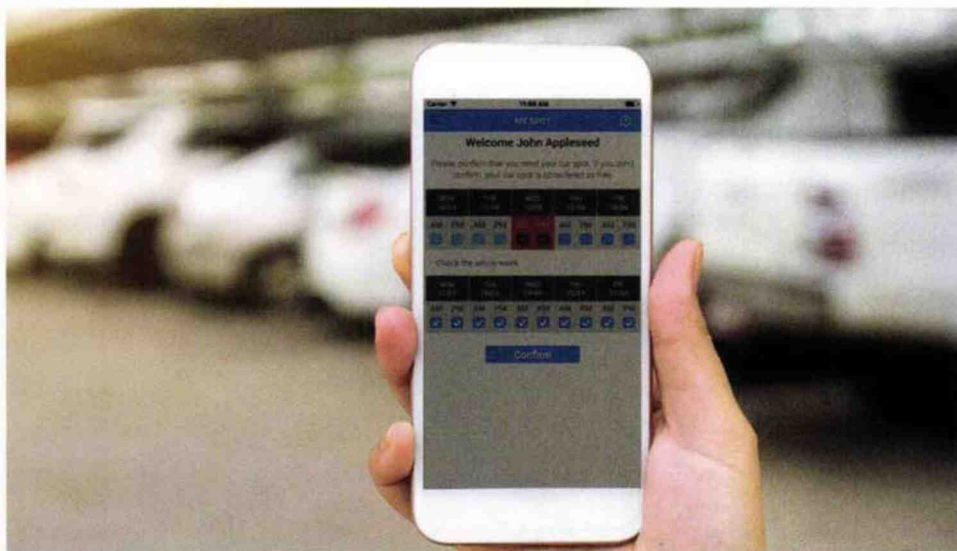
Nous étions sur une dynamique extraordinaire. Nous avons fait 400 % de croissance en 2019. Depuis janvier, nous marchions également très fort avec beaucoup de demandes de prospects et de démarrages d'activité chez des clients. Cette montée en puissance nous a un peu surpris, à vrai dire, aussi bien en France qu'à l'international qui représente désormais 40 % de notre activité. Nous avons des clients en Angleterre, en Suisse, en Italie, au Luxembourg, en Belgique et en Espagne.

Comment expliquez-vous cette poussée à l'international ?

Nous démarchons beaucoup de sociétés en direct et nous faisons aussi de la publicité avec Google Ads. Nous essayons de cibler au maximum les entreprises qui ont des projets au niveau de leur parking et celles qui envisagent un déménagement, l'occasion pour elles de repenser leur organisation du travail. Et puis, nous visons évidemment les gestionnaires de flotte qui ont des problématiques concrètes de gestion des ressources.

Stéphane Seigneurin, fondateur de MyCarSpot.





MyCarSpot gère actuellement plus de 5 000 places de parking et recense entre 10 000 et 15 000 utilisateurs par jour de son application.

Nous pouvons, en outre, compter sur nos clients existants. Nous gérons, par exemple, le parking du siège de Ralph Lauren à Genève et ils ont déployé notre solution début mars sur un site en Angleterre.

Quel est le profil de vos clients ?

Notre cœur de cible est les sites d'au moins 200 collaborateurs jusqu'à plusieurs milliers. Ce qui se traduit par une gestion de parkings, pour les plus petits, de 50 places, sachant que la majorité d'entre eux se situent entre 150 et 200 emplacements. Nous avons évidemment des parkings beaucoup plus grands, dans certains cas, de plus de 500 places et nous avons des projets à plus de 1 000 places. MyCarSpot gère actuellement plus de 5 000 places de parking et recense entre 10 000 et 15 000 utilisateurs au quotidien qui font des demandes de place via l'application.

Quel est le modèle économique de MyCarSpot ?

Notre solution revient environ à 3 euros par mois par place gérée. On peut inclure des options comme le contrôle d'accès et la gestion de la barrière d'entrée. Le prix varie légèrement en fonction de la taille du parking.

Quel est votre point d'entrée dans les entreprises ?

La moitié de nos clients ont fait appel à nous à la suite d'un déménagement. En général, un changement de site se traduit par une perte de 30 à 40 % du nombre de places de parking, car dans les nouvelles normes de construction, le nombre de mètres carrés réservés aux places de parking est en baisse par rapport à celui pour les bureaux. Cela crée de gros problèmes d'accessibilité. Notre solution permet d'augmenter virtuellement la taille d'un parking, de l'ordre de 30 %, et de multiplier par deux le

nombre de collaborateurs pouvant y avoir accès avec la rotation des places. Le concept est que les utilisateurs puissent réserver une place plusieurs semaines à l'avance sur une plage minimum d'une demi-journée. Nous avons développé un algorithme afin que ce ne soient pas toujours les mêmes qui bénéficient d'un emplacement. Nous pouvons également favoriser ceux qui viennent à vélo, à moto ou en voiture électrique, pour inciter à opter pour de nouvelles formes de mobilité.

Cela implique-t-il la fin des places attirées ?

Non, pas nécessairement. Nous demandons aux collaborateurs qui ont une place nominative s'ils viennent toutes les semaines, ils renseignent sur l'application les jours où ils seront présents. Une opération qui ne leur prend que quelques secondes. Cela nécessite évidemment une certaine coopération de leur part. En général, notre solution est très vite adoptée.

Comment voyez-vous l'avenir de MyCarSpot ?

Notre activité a réellement commencé l'an dernier, même si nous avons signé notre premier client en 2017. Nous sommes persuadés que nous allons poursuivre notre développement en France et en Europe. Nous allons ajouter dans notre application différentes langues comme l'italien, l'allemand, le néerlandais et l'espagnol, en plus du français et de l'anglais. Et puis, nous avons prévu de faire cette année une levée de fonds pour accélérer notre croissance, nous sentons que c'est le moment avec mon associé, avec qui nous étions en fonds propres jusqu'à présent. Cela va également nous permettre de développer de nouvelles idées, comme la gestion des bureaux pour les entreprises en flex office. La feuille de route est très chargée pour les trois années à venir !

Notre solution permet d'augmenter virtuellement la taille d'un parking de l'ordre de 30 %.

PROPOS RECUEILLIS
PAR DAMIEN CHALON