

Zenpark veut être le BlaBlaCar du stationnement

TRANSPORT

La jeune pousse, spécialisée dans le parking partagé, a levé 6,1 millions d'euros.

Les grands groupes du secteur convoitent également ce nouveau créneau.

Lionel Steinmann
@lionelSteinmann

Zenpark a deux bonnes raisons de se réjouir. Cette jeune pousse spécialisée dans les parkings partagés a tout d'abord annoncé jeudi avoir réussi une levée de fonds de 6,1 millions d'euros, principalement auprès de Maif Avenir (le fonds d'investissement de l'assureur) et de Demeter Partners. Cerise sur le gâteau, Frédéric Mazzella, le fondateur de BlaBlaCar, a choisi lui aussi, à titre personnel, de participer à ce tour de table. Pour une start-up de l'économie collaborative, on peut difficilement rêver meilleur parrainage.

L'activité de Zenpark consiste à « créer » des parkings là où les automobilistes ont les pires difficultés pour trouver où se garer (soit, par exemple, 70 % des rues à Paris, selon ses calculs). Pour cela, la société permet au grand public d'accéder à des parkings privés, jusque-là sous-utilisés, en nouant des partenariats avec des acteurs du tourisme (des hôtels, par exemple) ou des bailleurs sociaux. Les clients peuvent ensuite réserver leur place à l'avance et y accéder grâce à leur smartphone.

Le chiffre d'affaires de Zenpark

est encore embryonnaire (un peu moins de 600.000 euros pour 2015), mais en très forte croissance (+300 % l'an dernier). Ses fichiers comptent aujourd'hui une centaine de parkings ayant chacun une vingtaine de places en moyenne, mais ses dirigeants assurent « créer un nouveau parking partagé tous les 2-3 jours ». Le potentiel est, il est vrai, immense, malgré une restriction réglementaire en France qui limite à 10 le nombre de visiteurs occasionnels simultanés dans un parking dédié à une clientèle d'habités.

Ambitions à l'international

Zenpark a également de grandes ambitions à l'international, où le modèle rodé jusqu'à présent semble pouvoir être dupliqué sans frein majeur. La levée de fonds annoncée jeudi doit donner les moyens d'une expansion hors de l'Hexagone, à

qui ne restent pas inactifs. Indigo (ex-Vinci Park), leader incontesté en France, s'est positionné lui aussi sur le marché du costationnement. L'entreprise a notamment annoncé fin février un accord avec la foncière Gecina, portant sur l'accès à 1.300 places de stationnement situés dans 37 immeubles de bureaux, situés en grande majorité à Paris.

Par ailleurs, Effia, numéro deux du marché, a lui aussi accéléré la digitalisation de son activité. La filiale du groupe Keolis a noué fin janvier un partenariat industriel avec une autre jeune pousse du secteur, OnePark, au capital de laquelle elle a pris au passage une part. Ce qui lui permet de muscler non seulement son offre de réservation de parking en ligne, mais encore d'investir par ce biais le marché du parking privé partagé, sur lequel OnePark a pris position. ■

« **Zenpark optimise des places de parking massivement inutilisées. Le potentiel est immense et international.** »

FRÉDÉRIC MAZZELLA

entré au capital à titre personnel

commencer par l'Europe. Et ainsi amorcer, espèrent dirigeants et actionnaires, une success-story semblable à celle de BlaBlaCar.

La start-up devra toutefois composer avec les géants du secteur,