

la lettre de

Avril  
2001  
N° 2



# Nouvelle organisation Nouvelle image

New organisational structure  
New image



# BIENVENUE

Welcome

# Organisation : Priorité au service

## Organisational structure: Focused on service



Denis Grand

**DEPUIS FÉVRIER, UNE NOUVELLE ORGANISATION EST EN PLACE AU SEIN DE VINCI PARK. SON PRÉSIDENT, DENIS GRAND, EN RAPPELLE LES CARACTÉRISTIQUES MAJEURES.**

**VINCI PARK'S NEW ORGANISATIONAL STRUCTURE HAS BEEN UP AND RUNNING SINCE FEBRUARY. CHAIRMAN DENIS GRAND DESCRIBES IT IN BROAD OUTLINE.**

*Que faut-il retenir de l'organisation de VINCI Park récemment mise en place ?*

**Denis Grand :** Cette organisation est basée sur un partage équilibré des responsabilités entre les hommes de VINCI Park, issus des différentes entités qui composent le nouvel ensemble. En tenant compte des compétences de chacun, c'est un mariage harmonieux de nos cultures, qui répond à un souci d'efficacité. Les préoccupations de nos collaborateurs et de nos clients (collectivités locales, clients privés...) ont été placées au cœur de notre réflexion sur cette organisation. Ainsi, la création de trois directions opérationnelles s'imposait car nos métiers s'exercent de façon très différente à Paris, en régions ou à l'international. De même, dans un souci de continuité commerciale souhaitée par nos clients, nous avons maintenu, lorsque c'était possible, les responsables mis en place

par les sociétés pré-existantes. L'évolution de notre métier fait que les uns comme les autres doivent désormais être de véritables "town managers", interlocuteurs privilégiés des collectivités et des acteurs économiques locaux pour tous les sujets relatifs à la mobilité urbaine ou à l'environnement local. Ils ne doivent plus se limiter au seul stationnement. Pour ne citer qu'un exemple, ces "town managers" doivent connaître, et ainsi proposer aux villes, les plus récentes évolutions de nos métiers tant au plan technique que des services (cartes rechargeables, porte-monnaie électronique, stewards de villes, agents encaisseurs, caddies urbains...). L'époque est révolue des sociétés d'exploitation simples "encaisseurs" d'heures de stationnement. Nous devons rapidement devenir auprès des collectivités un prestataire incontournable de services multiples, centrés autour de la mobilité et du stationnement.

*What are the main features of the new VINCI Park organisational structure?*

**Denis Grand:** This structure is based on a balanced sharing out of responsibility among VINCI Park's managers, who come from the different entities that make up the new group. We took account of each person's specific competencies and achieved a harmonious combination of our respective cultures and maximum efficiency. The concerns of our employees and our customers (local authorities, private-sector businesses, etc.) were foremost in our minds when we looked at

the new organisational structure. For example, we had to set up three operating divisions because the business is conducted very differently in Paris, the French regions and abroad. By the same token, since our customers did not want our operations to be disrupted, we kept the Sogeparc regional manager and Parcs GTM business engineer structures. In any case the business itself has changed and both will now have to operate on a "town manager" basis, working closely with local authorities and local businesses on all issues related to urban transport and environment.

Their focus can no longer be on parking alone. To give just one example, these "town managers" must be aware of the most recent developments in our business lines and be able to propose these to municipal authorities. This applies to both technologies and to services (rechargeable cards, the electronic purse, city stewards, collection agents, urban trolleys, etc.). The days when car park operators were just there to collect parking fees are long gone. We must very quickly become municipalities' indispensable providers of multiple transport and parking-related services.

Jean-François Cornu



Direction France Régions  
France Régions Division

## Un réseau unique A unique network

Sous la direction de **Jean-François Cornu** assisté par Frédéric Demazeau, la Direction France Régions assure ses missions d'exploitation et de développement en France métropolitaine (hors Paris), DOM-TOM, Andorre et Monaco. Prenant en compte les organisations opérationnelles existantes, la Direction a entrepris une réflexion, visant à dégager des synergies pour :

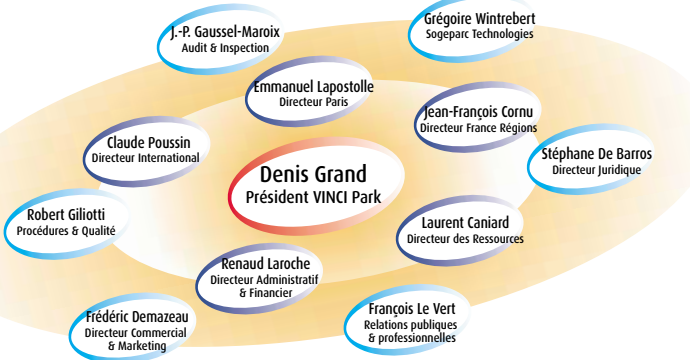
- mieux satisfaire le client,
- accroître le volume d'activité,
- optimiser le rendement des capitaux investis,
- diffuser l'identité et l'image VINCI au travers de la marque VINCI Park.

Compte tenu de l'importance de cette Direction, la *Lettre de VINCI Park* lui consacrera de plus amples développements dans un prochain numéro.

**Jean-François Cornu**, supported by Frédéric Demazeau, heads the France Regions Division responsible for operations and development in mainland France outside Paris, the French overseas departments and territories, Andorra and Monaco. Against the backdrop of the existing operational structure the Division has begun a review aimed at identifying synergies which can:

- generate greater customer satisfaction,
- boost business volume,
- optimise return on capital employed,
- promote the VINCI Park brand to foster VINCI's identity and image.

Given the importance of this Division, a more detailed description of its activities will be published in a forthcoming issue of the *Vinci Park Letter*.



Une nouvelle organisation pour une meilleure réactivité.

A new organisational structure for better responsiveness.

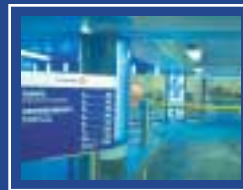
## Repères 2

Organisation :  
priorité  
au service

Organisational structure:  
focused on service

## La vie du groupe 11

VINCI prime l'innovation  
VINCI rewards innovation



## L'actualité des Parcs 12

VINCI Park affiche ses couleurs  
VINCI Park shows its colours

Avignon teste les bornes interactives  
Avignon testing kiosks

Chili : quand ça tremble sous terre  
Chile: when the earth trembles...

Le Petit Guide Bleu  
The Little Blue Guide: the operator's new manual

## dossier 18

Évolution technologique :  
Au bénéfice du client...  
et de l'entreprise

Upgrading equipment:  
For the sake of the customers -  
and of the company



## focus 21

Visite virtuelle  
d'un parc hyper-réaliste

Virtual tour  
of a hyper-realistic car park



La Lettre de VINCI Park, n°2, avril 2001.  
Rédaction : Lionel Berthomier, Christian de Saint Vincent, Sylvie Soule. Traduction : Alto (Dorothy Burnet). Photos : photothèque PARCS GTM, Sogeparc Technologies, VINCI. Infographie : Mirage. Responsables de la publication : Pierre Duprat et François Le Vert. Conception et réalisation : **PEMACORP** Tél. 01 41 43 83 00

Sommaire  
Contents

**"VINCI Park doit devenir un groupe international autant que français"**

**"VINCI Park must become as much an international as a French Group"**

**Comment voyez-vous le rôle de l'international ?**

**D. G. :** Le développement international est une conséquence de l'évolution du marché du stationnement en Europe. Il est désormais le relais de croissance indispensable pour VINCI Park compte tenu de la situation en France et, notamment, du ralentissement sensible de l'activité ces dernières années. Présent dans de nombreux pays européens (Royaume Uni, Espagne, Portugal, Belgique, Luxembourg, République tchèque...) et aussi au Canada, au Chili, à Hong Kong..., VINCI Park se prononce désormais dans de multiples langues. La Direction internationale constitue un des vecteurs principaux de notre développement dans les prochaines années. Son action s'oriente en priorité vers les pays où nous sommes déjà fortement implantés.

**Comment définiriez-vous la stratégie de VINCI Park ?**

**D. G. :** La fierté de servir nos clients est l'un des piliers de notre stratégie. Ne réduisons pas l'automobiliste à un payeur réfugié derrière son volant. Au contraire, trouvons les moyens de conquérir sa sympathie et de le fidéliser. Soyons réactifs face à ses exigences. C'est auprès des clients, sur le terrain, que nous devons être pour atteindre nos objectifs commerciaux. Il faut savoir se rendre disponible et trouver sa satisfaction dans le regard de l'autre. Notre organisation va dans ce sens : simple, réactive et libérée autant que possible des lourdeurs hiérarchiques. L'information doit circuler vite et bien. Côté clientèle amont, nous devons par exemple pouvoir répondre dans les 48 heures à toute demande précise émanant d'une mairie.

**What is, in your view, the role of international operations?**

**D. G.:** Our drive for international development reflects the changes which are taking place in the parking market in Europe. We need to expand internationally if we are to continue to grow, given the situation in France - there has been a perceptible slow-down in business here over the last couple of years. VINCI Park has operations in many European countries (United Kingdom, Spain, Portugal, Belgium, Luxembourg, Czech Republic, etc.) and also in Canada, Chile, Hong Kong ... and its name can be pronounced in many languages. The International Division will be giving momentum to our expansion in coming years. Its priority focus will be on those countries where we already have a strong presence.

**How would you define VINCI Park's strategy?**

**D. G.:** Pride in serving our customers is one of the pillars of our strategy. We must not reduce the motorist to someone sitting behind a steering wheel paying a parking fee. On the contrary, we must find ways to attract the motorist and make him or her into a regular customer. We must respond to what the customer wants. It is by working with customers on the ground that we will be able to achieve our sales objectives. We must be attentive to customers and make sure they are happy. We have structured our organisation to be able to do that: it is simple, responsive, and as free of cumbersome chain-of-command red tape as possible. Information must circulate fast and well. With upstream customers we must, for example, be able to answer any query from a city hall within 48 hours.



Emmanuel Lapostolle

## La direction Paris Un potentiel exceptionnel Paris Division: Outstanding potential



Pascal Roux

*"L'un des plus beaux réseaux au monde dans une même ville..."* Responsable de la Direction Paris, **Emmanuel Lapostolle** sait qu'avec une centaine de parcs, il dispose à Paris d'un potentiel exceptionnel. *"Reste désormais à l'organiser en réseau efficace et en entreprise rentable... Nous devons mettre en œuvre et inventer de nouveaux services, créer des partenariats avec des sociétés extérieures, proposer des produits multiparcs..."* Soucieux de *"mettre les clients au cœur de nos réflexions et de nos actions"*, il compte responsabiliser davantage le personnel des parcs. Chacune des trois zones de cette Direction (Paris Nord, Sud et Centre) est composée de cinq centres qui sont autant d'unités opérationnelles, disposant d'une autonomie en termes de gestion de personnel d'administration et d'animation commerciale. Des services d'appui complètent le dispositif. Le second axe portera sur le développement de la clientèle privée. Il est destiné à rééquilibrer l'activité de VINCI Park vers des types d'interventions situés hors de la sphère du service public, dans laquelle le groupe détient déjà des positions importantes.

*"One of the greatest networks in the world in a single city ..."* **Emmanuel Lapostolle**, who heads the Paris Division, knows that he has huge potential in Paris with its nearly one hundred car parks. *"Now what we need to do is to organise an efficient network and a profitable company... We have got to provide and invent new services, create partnerships with outside companies, offer multi-car-park products ..."* With a view to "focusing our thinking and activities on the customer", he is planning to give on-site car park personnel more responsibility. Each of the three zones that make up the Division (Paris North, South and Centre) encompasses five centres which function as operating units and are in charge of managing their own administrative, human resources, support services and sales activities. Additionally, there will be a drive to expand private-sector business. This should restore VINCI Park's balance by adding activity outside the public service sector where the Group already has a strong position.

## VINCI Park

■ en chiffres :

224 villes

876 parcs

730 000 places  
dans le monde

■ en France :

160 villes

532 parcs

430 000 places,  
dont 135 000 sur voirie

■ à l'international :

64 villes

344 parcs

300 000 places,  
dont 170 000 sur voirie

La Direction Internationale

(photo prise lors du séminaire des 22 et 23 janvier 2001)

The International Division

(during the seminar organised on January 22 and 23, 2001)

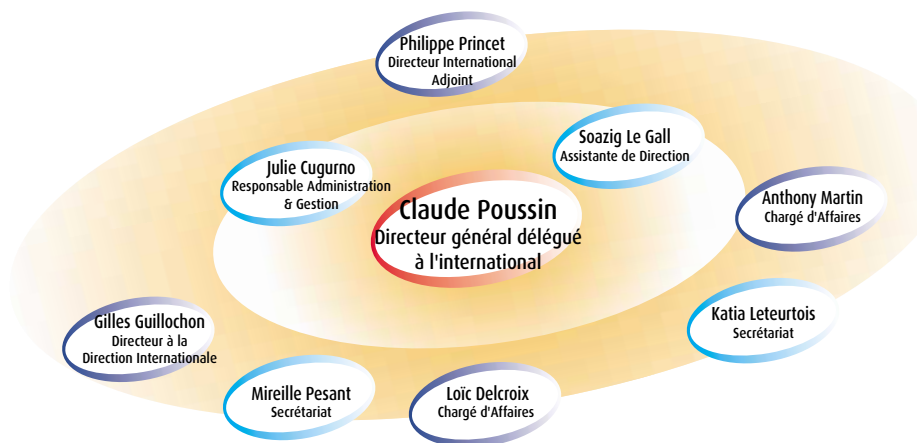


# VINCI Park sans frontières

## VINCI Park without borders

" Dans quelques années, VINCI Park sera un groupe aussi international que français ", souligne **Claude Poussin**. Cette évolution est facilitée par le fait que, dans la plupart des pays à l'étranger, les coûts d'investissement sont inférieurs à ceux pratiqués en France pour des recettes du même ordre. Ce développement repose sur une grande responsabilisation des managers locaux qui connaissent les acteurs de leur pays et l'environnement dans lequel ils évoluent. Nous sommes là pour les aider, les conseiller et leur donner les connaissances et les moyens de développer VINCI Park dans leur pays. " Nous souhaitons dans un premier temps nous renforcer en Europe ainsi que dans les pays où nous sommes déjà présents, tout en restant à l'affût de nouvelles opportunités qui se présenteraient dans d'autres pays."

"In a few years' time, VINCI Park will be as much an international as a French group," says **Claude Poussin**. This development is made easier by the fact that the investment needed to generate the same revenues are generally lower outside France. This development will be based by empowerment of local managers who are familiar with the players in their areas and the environment in which they operate. We will be there to support them, advise them and provide them with the information and resources they need to develop VINCI Park in their countries. "To start with, we hope to expand our position in Europe and in the countries where we are already operating, while remaining on the lookout for new opportunities in additional countries."



## VINCI Park

■ in figures:

224 cities

876 car parks

730,000 spaces

world-wide

■ in France:

160 cities

532 car parks

430,000 spaces,

of which 135,000 on-street

■ Abroad:

64 cities

344 car parks

300,000 spaces,

of which 170,000 on-street

**"Longtemps simple usager, l'automobiliste est devenu un client."**

**"The motorist is no longer just a user but a customer."**

**Un autre axe stratégique concerne la conservation et la valorisation du patrimoine productif.**

**Another strategic issue is the preservation and enhancement of productive assets.**

**D. G. :** Nous sommes aujourd'hui leader de notre marché, donc vulnérables. Pour conserver ce leadership et le renforcer, nous devons impérativement mettre en œuvre une politique commerciale dynamique et inventive, à la fois tournée vers les collectivités organisatrices du stationnement et vers les automobilistes. Les contrats accordés par les premières vont devenir plus brefs et moins rentables que par le passé. Autrefois usager, l'automobiliste, lui, est devenu client. Il nous juge et nous accorde donc sa confiance sur notre qualité, notre professionnalisme et notre réactivité. Autant de raisons qui ont conduit à la création d'une direction spécifique, dite "Commerciale et Marketing", dont le rôle consiste à vendre des services de plus en plus diversifiés et personnalisés. Le stationnement est devenu un produit grand public, à nous de trouver les moyens nationaux et locaux – de formation, de veille, de promotion, d'innovation... – pour nous démarquer de la concurrence et vanter les mérites de VINCI Park. 140 millions de clients passent chaque année dans nos parcs, faisons en sorte que VINCI Park devienne une marque mondialement et unanimement reconnue et appréciée.

**D. G.:** Today we are the leading company on our market, and that means that we are vulnerable. To keep and strengthen our leadership, we have got to have a dynamic and inventive sales policy tailored to the needs of the authorities with responsibility for parking facilities and those of motorists using the facilities. The contracts we receive from the authorities will have shorter duration and will therefore be less profitable than before. And the motorist is no longer just a user but a customer - a customer who judges us and gives us his or her business based on our quality, professionalism and responsiveness. For all these reasons we have set up a specific division, called "Sales and Marketing", to sell increasingly diversified and customised services. Parking has become a mass-market product, and it is up to us to find a way, nation-wide and locally - in terms of training, monitoring, promotion, innovation... - to give ourselves a competitive edge and enable VINCI Park to stand out. 140 million customers use our car parks every year; we must make sure that VINCI Park becomes a brand that is universally recognised and appreciated.

Frédéric Demazeau



## La Direction Commerciale et Marketing : Au service des "town managers" The Sales and Marketing Division is there to serve "town managers"

"Avec 500 parcs qui sont autant de points de vente, nous disposons d'un ancrage important dans quelque 160 villes de France", explique **Frédéric Demazeau**, responsable de la direction Commerciale et Marketing. "A nous de profiter de ces implantations pour développer notre chiffre d'affaires en fidélisant notre clientèle et en l'augmentant". Prêt à mettre en œuvre des actions de marketing comparables à celles qui ont été engagées par les opérateurs téléphoniques, il évoque la nécessité d'apporter de nouveaux services aux clients : "Parking Palace", conduite accompagnée, mise à disposition de caddies, point course "Internet", lavage et entretien des véhicules, abonnements multi-parcs, création d'un numéro vert, nouveaux systèmes de paiement, opérations commerciales ponctuelles... Les horizons sont vastes pour développer des "services plus", générateurs d'une amélioration du chiffre d'affaires. En prise directe avec l'exploitation et les réalités du terrain, avec ses spécificités purement locales, la Direction s'attachera également à développer la clientèle en amont de l'activité : renforcement de la qualité des dossiers de présentation, apport d'informations, conseil et aide auprès des développeurs d'affaires...

"With 500 car parks as our points of sale, we have a good foothold in some 160 cities in France," says **Frédéric Demazeau**, head of the Sales and Marketing Division. "It is our job to capitalise on these locations and increase our sales by keeping our existing customers and attracting new ones." He says that he is prepared to undertake marketing action similar to what telephone companies are doing, and says that new services must be offered: "Parking Palace", accompanied driving, trolleys, Internet points, car wash and repair, multi-car-park subscriptions, toll-free numbers, new payment systems, special promotions, etc. There are any number of ways these "special services" can be developed to enhance sales. The Division is in direct touch with on-the-ground operations and realities, with all their purely local features, and it will also be developing customer relations upstream - enhancing the quality of presentation materials, providing the people in charge of business development with information, advice and support, etc.



Laurent Caniard  
et la Direction  
des Ressources  
Humaines

Alain Veuve  
Direction de l'Optimisation  
des Ressources d'Exploitation

Aude Jakiel  
Direction  
des Ressources humaines

Laurent Caniard  
Direction des Ressources

Sylvain Valat  
Service des Achats  
& Moyens généraux

Frédéric Metzinger  
Direction technique

## Direction des Ressources : Des hommes et des techniques

### Resource Division: People and Technologies

#### Ses objectifs

" Notre premier rôle est d'être fédérateur, d'arriver à créer une cohérence à partir des différentes cultures, habitudes et méthodes de travail aujourd'hui réunies chez VINCI Park, insiste **Laurent Caniard**, responsable de cette direction. Au delà de l'aspect social essentiel, nous devons regrouper et harmoniser des pratiques hétérogènes en matière d'outils et d'ingénierie technique, de procédures d'exploitation, d'innovations et de politique d'achat".

#### Un " chantier " prioritaire :

La construction de l'environnement social du nouveau groupe, structure juridique, politique sociale, statuts, accords d'entreprise, négociations avec les partenaires sociaux.... Il s'agit d'un travail d'harmonisation et de clarification que nous devons impérativement avancer dans les mois à venir.

#### Goals

"Our main job is to bring the company together, to combine into a coherent whole the various cultures, habits and working methods that have been merged in VINCI Park," says **Laurent Caniard**, who heads the Division. Beyond the labour relations aspect, which is crucial, we must pool and harmonise our different approaches, tools, technical engineering methods, operating procedures and innovation and procurement policies."

#### A priority "project":

Setting up the new group's labour environment - legal structure, labour policy, statutes, company agreements, negotiations with the unions. The goal is harmonisation and clarification and we absolutely must make progress on this in coming months.

## Regroupement de VINCI Park à Nanterre

### All VINCI Park in Nanterre

La Direction des Ressources organise l'installation du siège de VINCI Park à Nanterre. Une grande partie des équipes de Rueil est déjà implantée dans l'immeuble Michelet depuis la fin de janvier. C'est le 20 avril que les services installés rue de Provence quitteront Paris pour les rejoindre à Nanterre. Comme le dit Laurent Caniard, "ce regroupement est bien sûr fonctionnel, mais il est surtout guidé par un état d'esprit : travailler ensemble pour donner corps à VINCI Park".

The Ressources Division is currently organizing the move to VINCI Park's head office in Nanterre. Part of the Rueil team is already there, having settled into the Michelet building in late January. The others will be leaving the rue de Provence to join them on April 20. According to Laurent Caniard, "the objective of this grouping together is not only to become more operational but also to develop team work and to give shape to VINCI Park".

**"Au service de nos clients, faisons respirer notre entreprise."**

**"To better serve our customers, we must open up our company."**

***Cette nouvelle organisation de VINCI Park est volontairement très orientée vers le terrain ?***

**D. G. :** Conservation et valorisation de notre patrimoine, fierté de servir nos clients et volonté de croître à l'international : nos trois axes de développement passent par une organisation de terrain. C'est là que se trouvent notre " champ de bataille " et notre source de progrès. Même si nous sommes aujourd'hui un groupe puissant, sachons rester modestes et proches de nos clients. Qu'ils se situent en amont ou en aval de notre activité, à l'extérieur ou en interne. Nous exerçons un métier de services qui a beaucoup évolué en quelques années. Nous devons faire preuve d'une réelle capacité à anticiper les mutations à venir avec pour objectif prioritaire la satisfaction maximale des clients. Notre équipe sera toujours aux côtés des collaborateurs de terrain qui souhaitent défendre auprès des collectivités les projets allant dans ce sens... ■

***Does the new VINCI Park structure place the main emphasis on operations on the ground?***

**D. G.:** Preserving and capitalising on our assets, taking pride in serving our customers and pursuing international growth with determination - our three development objectives all depend on the way our local operations are organised: that is where the battlefield is located, and that is where we can make progress. We may be a powerful group today but we should remain modest and close to our customers. Upstream and downstream, outside and inside the Group. Ours is a service business that has changed substantially in recent years. If we are to meet our priority goal of achieving maximum customer satisfaction, we must demonstrate a real capacity to stay ahead of the curve. Our team will always be there for our people in the field striving to sell these projects to local authorities... ■

## Sogeparc Technologies : La "start up" du groupe The group start up

→ **Missions :** identifier et promouvoir des projets à forte valeur ajoutée pour les parcs de stationnement ; commercialiser ces technologies à l'extérieur du groupe.

→ **Domaines d'activité :** télématique et Internet, systèmes de télépaiement, applications multimédia, sécurité et contrôle d'accès, informatique de gestion.

→ **Projets en cours :** Canal Sogeparc (diffusion d'informations dynamiques sur écran), Stratus ( système anti fraude), Intraparc (système d'exploitation d'espaces publics), SPECS (outil de management de la vitesse des automobiles)...

*" L'équipe de Sogeparc Technologies est convaincue que les nouvelles technologies sont un outil indispensable qui permettra à VINCI Park d'améliorer sa qualité de service, de se démarquer de la concurrence et de redorer l'image de marque du stationnement en ouvrage "* souligne **Grégoire Wintrebert**, le responsable de cette équipe.

→ **Purpose:** to identify and promote high-added-value projects for use in car parks; to sell these technologies outside the Group.

→ **Scope of activities:** telematics and the Internet, remote payment systems, multimedia applications, security and access control, management IT systems.

→ **Ongoing projects:** Canal Sogeparc (touch screen kiosks), Stratus (fraud protection system), Intraparc (public area management system), SPECS (vehicle speed management system).

"The Sogeparc Technologies team is convinced that the new technologies are a crucial tool that will enable VINCI Park to improve quality of service, gain a competitive edge and enhance the image of car parks," says **Grégoire Wintrebert**, who heads this team.



Grégoire Wintrebert



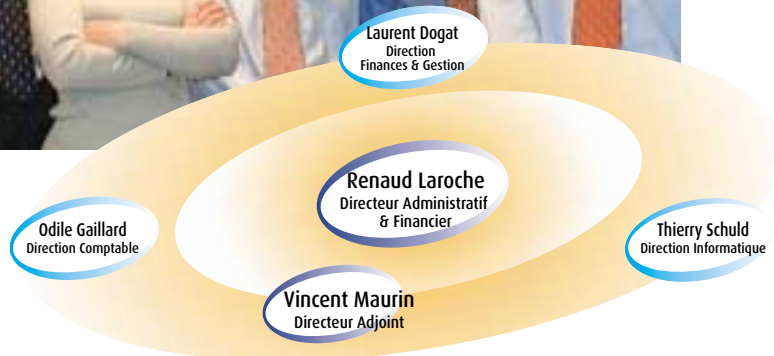
Sylvie Darras



Luciano Ambrosio



Renaud Laroche (à droite)  
et la Direction Administrative  
et Financière.



## Direction Administrative et Financière : 2001, année stratégique

### The Administrative and Finances Division: 2001, a strategic year

" *Le métier des concessions se caractérise par un niveau très important de capitaux investis, des flux récurrents et une interface avec le grand public dans un contexte de services offerts en forte évolution* " précise **Renaud Laroche**, Directeur Administratif et Financier de VINCI Park. " *Pour VINCI Park, ces caractéristiques impliquent la gestion de plus de trois milliards de francs d'endettement, la gestion comptable et financière de près de trois milliards de francs de chiffre d'affaires en France et à l'international, ainsi que la mise en place d'outils performants permettant la gestion des nouveaux services proposés à nos clients.* "

Dans ce cadre, trois directions fonctionnelles ont été mises en place : **la Direction Comptable, la Direction Finances et Gestion et la Direction Informatique.**

Outre les missions classiques qui leur sont assignées, ces directions doivent participer à la mise en place d'outils de gestion communs à VINCI Park, assurer le basculement des systèmes de gestion de l'entreprise à l'euro au plus tard en janvier 2002 et accompagner la restructuration juridique de VINCI Park.

" *L'année 2001 est une année charnière au cours de laquelle énormément de projets doivent être menés simultanément. Il convient d'ores et déjà de faire des choix de façon à définir un enclenchement logique des tâches permettant de basculer à l'euro sereinement et de maintenir une cohérence d'ensemble* ".

La Direction Administrative et Financière participe quotidiennement, par sa mission centrale, à l'action du terrain et au fonctionnement de VINCI Park.

"The concession business is characterised by a very high level of capital investment, repeat business and interface with the public at large, against a backdrop of change in the services being provided," says **Renaud LAROCHE**, VINCI Park's Administrative and Financial Director. "At VINCI Park, this means that we have to handle more than 3 billion French francs in debt, accounting and financial management of nearly 3 billion French francs in net sales in France and abroad, and the introduction of efficient tools to enable us to manage the new services we will be offering customers."

For this purpose, three support departments have been set up: **the Accounting Department, the Finance and Administration Department and the IT Department.**

In addition to their routine tasks, these departments take part in setting up common VINCI Park management tools, help with the switch of the company's management systems to the euro by January 2002, and support the legal restructuring of VINCI Park.

"The year 2001 is a watershed during which a large number of projects have to be handled all at once. We have to make choices now to define the logical sequence of tasks enabling us to make a smooth transition to the euro and keep the whole operation on track."

The Administrative and Finances Division contributes to efficiency on the ground and the smooth running of VINCI Park.

## Quatre services... au service de tous Four departments... serving the entire organisation



Stéphane De Barros

→ Une centaine de sociétés à gérer, une quarantaine à suivre à l'étranger ... **la direction juridique** de VINCI Park, sous la responsabilité de **Stéphane De Barros**, regroupe une douzaine de personnes réparties entre le service contrats, le service contentieux et sociétés, le service assurances et un secrétariat.



François Le Vert

→ **Le service des Relations Publiques et Professionnelles (RPP)**, animé par **François Le Vert** en coordination avec la direction de la Communication de VINCI, construit et diffuse l'image de marque de VINCI Park. Pour faire savoir notre savoir-faire, il exerce une activité d'édition et d'organisation d'événements. Il conçoit et entretient le site WEB. Il intervient aussi dans l'élaboration des tenues du personnel et de la signalétique dans les parcs. Il est également présent et actif auprès des organisations syndicales, associations, et instances publiques diverses représentant la profession. Le service gère enfin la documentation de VINCI Park.



Robert Giliotti

→ Deux projets sont en cours, relevant du **service Procédures et Qualité**, sous la direction de **Robert Giliotti** : déploiement de l'application GARI (outil d'intégration) accompagnée d'une adaptation des modes de gestion et optimisation du management opérationnel des exploitations en regard de l'organisation et du suivi du temps de travail. A terme, le service va " plancher " sur l'harmonisation des méthodes d'exploitation, au sein de VINCI Park et une relance de la démarche " Qualiparc ".



Jean-Pierre Gausse-Maroux

→ A l'**Audit et Inspection**, **Jean-Pierre Gausse-Maroux** est chargé du contrôle des parcs et prestations de stationnement ainsi que des réclamations signalées. Il s'attache à analyser le fonctionnement général des exploitations : finances, sécurité du personnel, des clients et des passants, état des lieux, entretien des équipements et aptitude du personnel.

→ About 100 companies to manage, forty to keep track of abroad - Vinci Park's **Legal Department**, headed by **Stéphane De Barros**, brings together some 12 people working in the contracts, disputes and companies and insurance units and in a secretariat.

→ **The Public and Business Relations Department (RPP)**, managed by **François Le Vert**, works with the VINCI Communications Department, to design and disseminate the VINCI Park brand image. To raise awareness of our expertise, it issues publications, organises events and designs and maintains the website. It is also involved in designing staff uniforms and signage in the car parks. It works closely and actively with the unions, associations and public authorities involved in the sector. And last but not least, the department manages VINCI Park documentation.

→ Two ongoing projects are the responsibility of the **Procedures and Quality Department**, headed by **Robert Giliotti**: the deployment of the GARI (integration tool) application together with changes in the administrative procedures and operational management optimisation with respect to organising and tracking working hours. Ultimately the department will turn its attention to harmonising operating methods within VINCI Park and resuming the "Qualiparc" initiative.

→ At the **Audit and Inspection Department**, **Jean-Pierre Gausse-Maroux** is in charge of inspecting car parks and parking services as well as handling complaints. He monitors the general operation of car parks - financial management, staff, customer and bystander safety, facility upkeep, equipment maintenance and staff qualifications.

## VINCI prime l'innovation

### VINCI rewards innovation

**P**our VINCI, l'élaboration d'une offre compétitive et originale par rapport à celle de ses concurrents passe par l'innovation.

Dans tous ses domaines d'activités, le groupe travaille pour proposer des solutions qui s'imposent comme les standards de demain. Afin de montrer son potentiel d'innovation à ses clients et partenaires, et de promouvoir les collaborateurs qui imaginent et mettent en œuvre des solutions inédites, VINCI lance le Prix de l'Innovation 2001.

#### **| Comment concourir ?**

Les innovations proposées doivent avoir été mises en œuvre au cours des deux dernières années ou être suffisamment élaborées pour pouvoir être prochainement appliquées. Elles doivent s'inscrire dans l'une des cinq catégories définies par le groupe ou correspondre à l'un des six thèmes jugés prioritaires.

#### **| Quels sont ces thèmes et catégories ?**

Les catégories sont : Produits, Services, Façons de faire, Changement, Meilleures pratiques. Quant aux thèmes, il s'agit de : développement durable, commerce électronique, nouvelles technologies de l'information et de la communication, sécurité, partage des connaissances, travail au quotidien.

#### **| Qui peut participer ?**

Les petites innovations comme les grandes sont encouragées... Tous les collaborateurs de VINCI et de ses filiales françaises et étrangères, individuellement ou en équipe avec d'autres collaborateurs du groupe ou des personnes extérieures au groupe.

#### **| Quelles sont les modalités d'inscription ?**

Les candidatures doivent être déposées avant le 29 juin 2001. Tous les détails concernant la procédure à suivre, le mode de sélection des dossiers, la composition du jury, la valeur des prix décernés, sont disponibles sur l'Intranet VINCI [www.groupe-vinci.net](http://www.groupe-vinci.net)

Vous pouvez également poser vos questions à l'adresse e-mail suivante : [prix-innovation@groupe-vinci.com](mailto:prix-innovation@groupe-vinci.com)



**➔** Vinci believes that innovation is the way to make its product and service provision attractive in comparison with that of its competitors. In all areas of activity the group works hard to provide solutions which will become the benchmark standard in future. VINCI is launching the 2001 Innovation Award to demonstrate its ability to innovate to its customers and partners and to reward employees who think up and implement unusual solutions.

#### **| What innovations are eligible?**

The innovations entered must have been implemented, or have been sufficiently developed over the last two years to be implemented soon. They must fit into one of the five categories defined by the Group or into one of the six themes considered to represent priorities.

#### **| What are the themes and categories?**

The categories are: Products, Services, Working Methods, Change and Best Practices. The themes are: Sustainable Development, E-commerce, New Information and Communications Technologies, Safety, Knowledge Sharing and Daily Tasks.

#### **| Who can participate?**

Both small and large innovations are encouraged... All employees of VINCI and its French and foreign subsidiaries, individually or as part of a team made up of other Group employees or persons outside the Group.

#### **| What are the procedures for entering the contest?**

All entries must be sent in before June 29, 2001. A detailed description of procedures to be followed, entry selection, jury composition and the value of the prizes awarded is available on the VINCI Intranet [www.groupe-vinci.net](http://www.groupe-vinci.net)

Questions may be sent to: [prix-innovation@groupe-vinci.com](mailto:prix-innovation@groupe-vinci.com)



## STRATÉGIE



Paris.  
Le parc Anvers rénové.

Testée récemment en "grandeur nature" sur le parc des Champs-Élysées à Paris, la signalétique VINCI Park, conçue par l'Agence de design Sidéral, sera déclinée dans dix parcs avant la fin du premier semestre 2001. Suivra, au cours des deux prochaines années, le "relookage" aux couleurs de VINCI d'une quarantaine d'ouvrages, en France et d'une quinzaine à l'étranger, représentant environ 50 000 places de stationnement. Daniel Lemahieu\*, nommé Monsieur VINCI Park, est responsable du programme d'installation de cette nouvelle identité signalétique et de son harmonisation nécessaire à l'environnement des ouvrages de VINCI.

## VINCI Park affiche ses VINCI Park shows its colours

### Quels sont les enjeux d'une nouvelle signalétique?

**Daniel Lemahieu :** Nous affirmons l'évidence identitaire au travers de la nouvelle signalétique VINCI Park. L'objectif : imposer une image forte, se traduisant par un graphisme pur et une ambiance rassurante, commune à tous les ouvrages labellisés VINCI Park. La marque doit devenir synonyme de garantie d'une qualité de service.

### Quelle méthode a été choisie pour atteindre un objectif aussi ambitieux ?

**Daniel Lemahieu :** Pour construire cette image commune et fédératrice, faite de sobriété et de simplicité, la nouvelle signalétique doit entrer en cohérence avec une nouvelle charte décorative s'appliquant aux peintures, aux décors, aux éclairages, aux mobiliers

spécifiques et à leurs déclinaisons dans les locaux d'accueil et d'accès de nos ouvrages. Tous ces éléments participent à une qualité environnementale globale du parc de stationnement qui devra être identitaire et clairement perceptible par le client. Les sites VINCI Park, où qu'ils soient, deviendront ainsi des lieux familiers où chacun retrouvera systématiquement les mêmes repères visuels traduisant qualité d'accueil, confort et sécurité.

\* Cf. la Lettre de Vinci Park n°1

➔ The VINCI Park signage was recently given a "full scale" trial at the Champs-Élysées car park in Paris. Designed by the Sidéral Agency, it will be introduced in ten parking facilities by the end of the first half of 2001.

## SERVICE

### EN BREF

#### ► Proxirent, deuxième !

Louer une voiture sept jours sur sept, entre 8 heures et 22 heures, à un tarif très compétitif, c'est possible depuis le 7 février dans le parc Champs-Élysées. Cette deuxième implantation Proxirent, après celle de la porte Maillot, confirme le choix de VINCI Park de s'initier à un nouveau métier, la location d'automobiles à l'attention d'une clientèle de proximité. A suivre.

#### ► Proxirent, number two!

It is now possible to rent a car 7 days a week from 8 am to 10 pm at very competitive prices at the Champs-Élysées car park where this second Proxirent outlet (the first is at the Porte Maillot) was opened on February 7. This is further proof of VINCI Park's determination to move into a new line of business, car rental focused on local residents. Stay tuned.



## Avignon teste les Avignon testing kioks

Depuis janvier dernier, les

deux parcs de VINCI en Avignon testent un nouveau service : la mise à disposition gratuite de bornes d'informations locales à écran tactile. Ces bornes, installées dans les accès piétons des parcs, à côté des caisses automatiques, fournissent informations pratiques et adresses utiles : commerces, hôtels, restaurants... Elles seront prochainement connectées à un téléphone et à une imprimante. Régulièrement consultées par la clientèle, elles remportent également l'adhésion des commerçants locaux à qui elles procurent une nouvelle clientèle.

Un projet est à l'étude pour renforcer le partenariat avec la société FIMA, créateur et installateur de ces bornes d'information. Une rubrique

"stationnement" inclurait à l'avenir des plans de la région Sud-Est et de ses principales villes, mentionnant à chaque fois les ouvrages VINCI Park qui desservent les principaux monuments ou repères, accompagnés d'une fiche détaillée : horaires, accès, services...

La société FIMA a déjà installé plus de 70 bornes de ce type dans le Vaucluse et le Gard, dans les offices de tourisme, syndicats d'initiative, aéroports et gares. Des négociations sont en cours avec des exploitants de cinémas et de stations-service pour envisager de nouvelles implantations. La possibilité pour les utilisateurs de ces bornes de se connecter à Internet est actuellement étudiée, afin d'offrir aux clients de VINCI Park l'opportunité de surfer sur le web directement depuis le parc.



# couleurs

Following that, about forty facilities in France and fifteen in other countries, with a total of some 50,000 spaces, will be given the same VINCI "new look" in the course of the next two years. Daniel Lemahieu\*, who has been named Mr. VINCI Park, is in charge of the project which includes installing the new signage identity and performing the necessary harmonisation with the environment of each VINCI facility.

### What is the point of having new signage?

**Daniel Lemahieu:** We are asserting our identity with this new VINCI Park signage. The goal is to create a strong image, conveyed by simple graphics and a reassuring atmosphere which all parking facilities operating under the VINCI Park label will share. The brand must become synonymous with guaranteed quality of service.

### How are you going about achieving such an ambitious goal?

**Daniel Lemahieu:** To build this sober and simple common image which brings us together, the new signage must be consistent with new corporate identity guidelines applying to painting, decor, lighting and specific furnishings and their implementation in the reception and access areas of our facilities. All these things contribute to the overall environmental quality of a parking facility which must identify it and be clearly perceptible to the customer. All VINCI Park sites, whatever the location, must look familiar and customers must systematically see the same visual references and identify them with a warm welcome, comfort and safety.

\* See la Lettre de Vinci Park No1

Contact : Daniel Lemahieu : [dlemahieu@sogeparc.fr](mailto:dlemahieu@sogeparc.fr)

# bornes interactives

→ Two VINCI car parks in Avignon have been testing a new service since January which has provided local touch screen kiosks to their customers free of charge. These kiosks, set up in the pedestrian entrances to car parks next to the ticket machines, provide practical information and useful addresses: shops, hotels, restaurants, etc. They will soon be connected to telephones and printers. They are regularly used by customers and are likewise warmly supported by local businesses for which they provide new customers. A project is under consideration to strengthen the partnership with FIMA, the company which created and installed the kiosks. A "parking" section would in future include maps of the south-east region

and its main cities showing the VINCI Park facilities serving the main monuments or landmarks, together with detailed information: opening hours, access, services, etc. FIMA has already set up 70 kiosks of this type in the Vaucluse and the Gard regions in tourist offices, municipal visitors' centres, airports and train stations. Negotiations for additional locations are under way with cinema and service station operators. Currently the option of enabling people using the kiosks to connect to the Internet is under consideration. It would offer VINCI Park customers an opportunity to surf the web directly from the car park.

Contacts : Sophie Guillaume : [sguillaume@sogeparc.fr](mailto:sguillaume@sogeparc.fr) Jean-Claude Roy : [jcroy@sogeparc.fr](mailto:jcroy@sogeparc.fr)

## EN BREF

### Peintures " underground "

Attirer et retenir les visiteurs dans un parc transformé en galerie d'art, tel pourrait être le pari relevé demain par VINCI Park. Une telle initiative artistique a été menée dans le parc de l'Hôtel de Ville d'Amiens lors de la rénovation de l'ouvrage. L'artiste peintre Catherine Feff, en collaboration avec une dizaine d'artistes locaux, a en effet habillé les murs de huit oeuvres de deux à quatre mètres de long, patchwork de curiosités artistiques ou architecturales d'Amiens. Huit tableaux où se confondent histoire et modernité. Spécialiste des peintures urbaines, habituellement exposées à la lumière du jour et dans des lieux prestigieux – l'Arc de Triomphe drapé d'un voile aux couleurs nationales, les principaux monuments européens au cœur de Strasbourg, la porte de Meknès au Maroc, reconstituée grandeur nature place de la Concorde... c'est elle –, Catherine Feff se plaît à imaginer une collection à travers les parkings de France. Indubitablement, une façon inédite d'améliorer le confort des clients et de personnaliser les ouvrages. Le parc des Jacobins est le prochain sur la liste des rénovations amiénoises. Sa décoration sera inspirée des œuvres de Jules Verne.

Amiens : Parc de l'Hôtel de Ville



### "Underground" paintings

VINCI Park may soon have met the challenge of attracting and retaining visitors to a car park transformed into an art gallery. The Hôtel de Ville car park in Amiens took an artistic initiative when the facility was renovated: painter Catherine Feff, working with some ten local artists, decorated the walls with eight paintings, ranging between two and four meters in length, representing a patchwork of the artistic and architectural sights of Amiens. Eight paintings in which history and modernity meet. Catherine Feff, who specializes in urban paintings, usually exhibits her work in daylight and in well-known places - the Arc de Triomphe draped with a veil in the national colours, the main European monuments in the heart of Strasbourg, the full-scale model of Morocco's Meknes gate on the Place de la Concorde are her works - and the idea of a collection in France's car parks appeals to her. This is without a doubt an original way to make parking facilities more appealing and more distinctive. The Jacobins car park is next on the list of renovations in Amiens. Its decoration will be inspired by the work of Jules Verne.

## INTERNATIONAL

# Chili Quand ça tremble When the earth trembles...

A Santiago du Chili, comme partout sur la ceinture de feu du Pacifique, la terre tremble au quotidien. Aussi le risque sismique est-il inhérent à tout projet de construction, même si un parc souterrain est par nature moins exposé qu'une tour.

Depuis 1942, toutes les constructions nouvelles du pays sont normalement soumises à des règles strictes visant à les protéger des fréquents tremblements de terre. Rappelons qu'un séisme de magnitude 6 ou plus sur l'échelle de Richter frappe la ville tous les 80 ans. Le dernier en date, en 1985, a provoqué de très importants dégâts :

son impact économique a été comparé au budget de construction du pays pour deux années. Le coût sismique annuel au Chili est d'ailleurs estimé à 2,3 % du PNB !

C'est dans cet environnement un peu " agité " que VINCI Park suit la construction du parc Bulnes (376 places sur deux niveaux), implanté en plein centre ville, sous une zone piétonne. L'entreprise a souscrit une " assurance tremblement de terre " obligatoire, prenant effet dès le premier jour de travaux, qui sera reconduite pour l'exploitation de l'ouvrage, durant les 36 ans de

la concession. Quant à la construction proprement dite, c'est la méthode anti-sismique japonaise qui a été retenue, fondée sur la rigidité. Une fois creusé un trou de 48 000 m<sup>3</sup>, des murs périphériques renforcés ont été dressés, en béton armé, comportant 20 % d'acier de plus que pour un ouvrage classique. En cas de séisme, les murs devront en effet résister à la poussée statique des sols mais aussi à leur poussée dynamique.

Le parc ouvrira en juin prochain. Toutes les conditions sont réunies pour que les futurs clients s'y sentent en sécurité.

Le parc Bulnes en construction (oct. - nov. 2000).

Building of the Bulnes car park (O/N/2000).



Un trou de 48 000 m<sup>3</sup>. | A 48,000 m<sup>3</sup> hole.

## EN BREF

► CINERGIC, la start-up créée en partenariat par VINCI Park UK pour développer et commercialiser des systèmes informatiques d'aide à la gestion du stationnement, vient de remporter ses deux premiers contrats hors du groupe. Le London Borough of Newham et la ville de Bristol ont adopté ses logiciels d'assistance au recouvrement des amendes. Un début prometteur pour cette société dynamique dont les innovations semblent intéresser de nombreuses villes anglaises.

► CINERGIC, the start-up created in partnership by VINCI Park UK to develop and market assistant computer systems for parking management, has signed its two first contacts outside the group. The London Borough of Newham and Bristol city have adopted its assistant softwares for collecting fines. An encouraging start for this dynamic firm which innovations seem to be attractive to several British cities.

➔ In Santiago de Chile, as elsewhere along the Pacific "rim of fire", the earth often shakes. Seismic risk is therefore a necessary part of every project design, even though by the very nature of things an underground car park is less exposed than a high-rise building. Since 1942, all new construction in Chile has been subject to very stringent rules regarding protection from the country's frequent earthquakes. It is worth remembering that an earthquake measuring 6 or more on the Richter scale strikes the city on average every 80 years.

# sous terre...



Des murs périphériques renforcés en béton armé (+20 % d'acier).

Extra-strong peripheral wall (20 % more steel than the conventional material).

VINCI Park a opté pour la méthode anti-sismique japonaise.

VINCI Park has chosen the Japanese stiffness-based method.



The most recent quake of this magnitude was in 1985 and it caused serious damage - the economic impact was estimated to be equal to the country's construction budget for 2 years. The annual cost attributed to earthquakes in Chile every year is thought to be 2.3 % of GNP! It is against this somewhat "shaky" backdrop that VINCI Park is building the Bulnes car park (376 spaces on 2 levels) in the centre of the city under a pedestrian zone. The company has taken out compulsory earthquake insurance cover which starts on day one of construction and will

be extended to the operation of the facility throughout the 36 year duration of the concession. As for construction, earthquake protection is achieved with the Japanese stiffness-based method. First a 48,000 m3 hole is excavated and then extra-strong peripheral walls are built using reinforced concrete comprising 20% more steel than the conventional material. In the event of an earthquake, the walls will have to withstand not only the static forces of the ground but also dynamic thrust. The car park will open next June, having set the stage for its future customers to feel completely safe.

### ► Elections dans les organisations professionnelles

Les changements survenus au sein des conseils d'administration de SYNCOPARC et de l'APEP ont conduit à l'élection de nouveaux bureaux, à l'occasion de leurs assemblées générales respectives, le 27 février dernier. La présence de VINCI Park dans les organisations professionnelles en sort grandie.

Denis Grand a été élu Président de SYNCOPARC, Jean-François Cornu et François Le Vert reconduits respectivement comme trésorier et secrétaire général, tandis que Frédéric Demazeau a été coopté comme administrateur.

A l'APEP, c'est Emmanuel Lapostolle qui a été élu vice-président, pendant que Pascal Roux l'était comme secrétaire.

### ► Elections in the trade associations

Changes which have taken place in the SYNCOPARC and APEP Boards resulted in the election of new Executive Committees during the General Meetings of the two organisations on February 27. VINCI Park is now even better represented in these trade associations.

Denis Grand was elected President of SYNCOPARC, Jean-François Cornu and François Le Vert were re-elected Treasurer and Secretary General respectively and Frédéric Demazeau was co-opted as a member of the Board.

At APEP, Emmanuel Lapostolle was elected Vice-President and Pascal Roux was elected Secretary.

### ► Boulogne-Billancourt soigne son accueil

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le stationnement à Boulogne... vous pouvez désormais le demander au "Point accueil stationnement". Boulognais, déjà sensibilisés à la question, et non Boulognais peuvent y trouver tous les renseignements sur le stationnement, en souterrain comme sur voirie, et y obtenir les forfaits résidents.

**Point accueil : 7-9, rue des 4 cheminées (près de la place Marcel Sembat)**

### ► Boulogne-Billancourt offers parking information

Everything you always wanted to know about parking in Boulogne - now you can ask at the "Point accueil stationnement" (Parking Information Desk). Boulogne residents as well as non-residents can find information there about underground and on-street parking and residents can obtain flat-rate parking fees.

**Point accueil: 7 - 9, rue des 4 cheminées (near Place Marcel Sembat)**

## EN BREF

### De l'eau pour les clients... et des voitures propres... à sec

Quand on pense service, c'est souvent le confort du client qui est mis en avant. La région Sud-Est s'emploie à l'améliorer avec l'installation d'une douzaine de distributeurs automatiques de boissons dans les cinq parcs de Toulon.

Une opération qui intervient peu de temps après l'implantation de onze distributeurs du même type dans les parcs marseillais. A la demande des clients, l'offre produits a même été élargie avec la mise à disposition de bouteilles d'eau plate.

Mais pour séduire l'automobiliste, on peut aussi bichonner son véhicule. Fort du succès du centre de lavage



du parc de Gaulle à Marseille, ouvert en décembre dernier, VINCI Park développe ce service dans les parcs Bouchard et Beauregard à Marseille, Comédie à Montpellier, Albert 1er à Toulon. Ces centres de lavage à sec proposent une large gamme de prestations : rénovation de la carrosserie, entretien et rénovation des cuirs et des plastiques, nettoyage profond des jantes...



De nouveaux centres pourraient ouvrir au cours du deuxième trimestre dans les parcs Oratoire à Avignon, Préfecture et Castellane à Marseille, Lenal à Nice ainsi qu'à Béziers et à Sète.

A Paris, le parc Wagram a vu dans l'installation toute proche du siège d'EDF une opportunité pour enrichir son offre de services : il accueille désormais un Centr'Auto, assurant des prestations d'entretien des véhicules et de nettoyage.

### Water for customers, and - dry - cleaned cars

Think of service, and the first thing that comes to mind is often customer comfort. The South-East region is enhancing just that by setting up some 12 beverage vending machines in the five Toulon car parks. This initiative was taken shortly after eleven such machines were set up in the Marseille car parks. At the request of the customers, the product offering was extended to include bottles of non-carbonated water.

But to please the motorist, you can also spruce up the car. Building on the success of the car cleaning service at the de Gaulle car park in Marseille which opened last December, VINCI Park is developing this service in Marseille's Bouchard and Beauregard, Montpellier's Comédie and Toulon's Albert 1er car parks. These car dry cleaning centres offer a broad range of services: bodywork renovation, leather and plastic care and repair, deep cleaning of rims, etc.

New centres may be opening in the second quarter in other facilities: Oratoire in Avignon, Préfecture and Castellane in Marseille, Lenal in Nice as well as car parks in Béziers and Sète.

In Paris, the Wagram car park, taking advantage of the fact that it is located close to the EDF electricity company, broadened its service offering: it now has a Centr'Auto which provides vehicle maintenance and cleaning.

## PRATIQUE

# Le Petit Guide la nouvelle Bible de The Little Blue Guide: a new manual

Présenté lors de la cérémonie des vœux, le 23 janvier dernier au Stade de France, où il a été remis à chacun des invités, le Petit Guide Bleu de VINCI Park est un recueil qui tient dans la poche et concentre, sur une trentaine de pages, les meilleurs "trucs et astuces" des métiers liés à l'exploitation de parcs de stationnement. Conçu par le personnel des parcs pour les parcs, ce livret très largement illustré expose toute une série de situations vécues, rencontrées au quotidien, en proposant les réponses et attitudes idéales pour s'en sortir à tous les coups !

Le parking est complet... L'un de vos clients est bloqué dans un ascenseur... Un autre a "perdu" son ticket... Votre caisse automatique a rendu l'âme... Et pour couronner le tout, les barrières de vos bornes d'entrée et de sortie n'en font qu'à leur tête pendant qu'en surface un gigantesque embouteillage ajoute à la confusion : pas de panique ! Bon nombre d'exploitants ont déjà été confrontés à ce genre de problèmes et les ont résolus. Le Petit Guide Bleu rassemble leurs expériences et livre les "bons tuyaux" remontés du terrain par Christophe Berthiaux, chef de centre à Hoche.

Contact :

Daniel Taphanel : [dtaphanel@parcsgtm.com](mailto:dtaphanel@parcsgtm.com)

La diffusion du Petit Guide Bleu est en cours, elle concerne tout le personnel des parcs. VINCI Park envisage de le traduire et de l'adapter à l'international.

The Little Blue Guide is now being circulated to all parking facility staff nation-wide. VINCI Park is thinking of translating it and adapting it to parking facility staff abroad.



# Bleu : l'exploitant ! for the operators



➔ The VINCI Park Little Blue Guide was presented at the January 23 ceremony at the Stade de France where a copy was distributed to each guest. It is a pocket-sized compendium with thirty-some pages giving great "tips and pointers" for parking facility operation. Designed for and by parking facility staff, the booklet with its many illustrations sets out a series of real-life situations encountered in everyday operation and suggests responses and attitudes to get you through them safe and sound. The car park is full; one of your customers is stuck in an elevator; another customer has "lost" his ticket; your cash register is on the blink; and to top it all off, the barriers at your entrance and exit are going haywire and a huge traffic jam outside is compounding the confusion. Don't panic! Lots of operators have been faced with these situations and have found a way to solve them. The Little Blue Guide describes their experience and gives the "great tips" provided by people on the ground, assembled by Christophe Berthiaux, head of the Hoche centre.

## EN BREF

### ► Un numéro Azur pour Paris

Le réseau VINCI Park est une réalité à Paris. Depuis le début d'avril, il prend la forme d'un numéro Azur, numéro d'appel unique pour l'ensemble des quelque 90 parcs de la capitale, diffusé notamment dans les pages jaunes des annuaires France Télécom. Comment fonctionne-t-il ? Le client qui souhaite se garer dans un parc parisien appelle ce numéro Azur 24h/24. Selon le lieu de stationnement recherché, l'opérateur transmet la communication au parc concerné. C'est au personnel du parc de se montrer alors convaincant pour transformer ce client potentiel en client, puis en fidèle client. Le petit Guide bleu peut être de bon conseil...

/ N° Azur : 0 810 01 75 75

### ► An Azur number for Paris

The VINCI Park network is to become a reality in Paris. Starting in early April, there will be a single Azur telephone number covering all 90 car parks in the capital, which will be published in the France Telecom yellow pages. It works this way: the customer wishing to park in a Paris parking facility calls the Azur number, open 24 hours a day; the operator transfers the call to the car park located closest to the area where the caller wishes to park. It is then up to the staff of that facility to convince the potential customer to become a customer, and then a loyal customer. The Little Blue Guide might be helpful...

/ Azur number: 0 810 01 75 75

## EN BREF

### ► En marge du Salon de l'Auto...

C'est le PSR (parc de stationnement régional) de Persan, dans le Val d'Oise, situé à proximité de la gare SNCF, qui a été choisi comme centre logistique par Renault pour présenter la nouvelle Laguna II aux journalistes. Cent cinquante véhicules ont ainsi été exposés pendant près d'un mois, en décembre dernier, dans ce show room insolite, pour permettre aux représentants de la presse nationale et internationale d'apprécier et de tester les véhicules.

### ► In conjunction with the Auto Show...

The PSR (regional car park) in Persan in the Val d'Oise, which is located near the railway station, was chosen by Renault as a logistics centre for the presentation to the press of the new Laguna II. One hundred and fifty vehicles were exhibited for nearly a month last December in this unusual show room to enable journalists from the French and international press to see and try out these vehicles.

La Place du Capitole, à Toulouse.



### ► VINCI Park Sud-Ouest dans ses murs

Le 15 février dernier, la direction régionale Sud-Ouest a inauguré son siège à Toulouse, en présence de plusieurs élus et représentants de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

### ► VINCI Park South-West has a new home

On February 15 the South-West regional office inaugurated its headquarters in Toulouse at a ceremony attended by several elected officials and representatives of the Chamber of Commerce and Industry.

Evolution technologique  
des équipements  
Upgrading equipment

## Au bénéfice du client... et de l'entreprise

For the sake of the customers - and of the company

**L'ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE DE L'ÉQUIPEMENT DES PARCS TÉMOIGNE DE LA CAPACITÉ D'INNOVATION DE VINCI PARK. ELLE PERMET AUSSI DE MIEUX CONNAÎTRE LES CLIENTS POUR MIEUX LES SERVIR.**

**UPGRADING CAR PARK EQUIPMENT HIGHLIGHTS THE INNOVATIVE MOMENTUM OF VINCI PARK. IT WILL ALSO ENABLE US TO KNOW OUR CUSTOMERS BETTER AND THUS SERVE THEM BETTER.**



Suite à l'appel d'offres pour le renouvellement du matériel de péage, une équipe, composée de collaborateurs de VINCI Park et du constructeur, réfléchit à un design spécifique, adapté à l'image de l'entreprise.

After the response to the call for tender for pay equipment, a joint VINCI Park - equipment manufacturer team is considering a specific design matched to the company's image.

Plus de 140 millions de clients passent dans les ouvrages de VINCI Park chaque année dans le monde. Ils produisent des informations précieuses pour l'entreprise : horaires de fréquentation, volume, fréquence, répartitions par site, etc. Les moyens technologiques développés par les constructeurs d'une part, par les collaborateurs en interne d'autre part, autorisent aujourd'hui l'exploitation de ces données pour proposer au client des modalités de stationnement mieux adaptées à ses besoins.

Ainsi, en vue du passage à l'euro en janvier 2002, VINCI Park a entrepris le renouvellement des équipements de péage les plus anciens ou qui auraient requis des adaptations très lourdes. 74 parcs, à Paris et en province, sont concernés par l'implantation de ces nouveaux équipements. L'occasion pour VINCI Park d'affirmer son identité à travers des matériels communs, mais surtout compatibles et cohérents avec la stratégie de l'entreprise. Ce nouveau matériel répond à trois objectifs majeurs :

- il permet aux exploitants de développer une politique commerciale et tarifaire pour répondre aux besoins de la clientèle potentielle, non encore utilisatrice régulière des parcs de stationnement ;
- il simplifie le contrôle et le suivi des transactions sur toute la chaîne de traitement ;
- il facilite la mobilité des clients et du personnel sur les différents parcs du groupe.

### UNE TARIFICATION AFFINÉE

Le premier point, concernant la stratégie commerciale, est essentiel. Grâce au nouveau matériel de péage, VINCI Park souhaite affiner son offre en proposant une modulation liée au temps de stationnement. La possibilité de faire varier les prix selon la fréquentation en définissant, à la manière de la SNCF ou de France Télécom, des périodes bleue, blanche et rouge (heures creuses, heures de base, heures pleines) permettra également de diversifier l'offre tout en redistribuant certains flux sur d'autres créneaux horaires. Les clients libres de se rendre dans les parcs à l'heure de leur choix ont tout intérêt à le faire en période creuse

pour bénéficier de réductions. Grâce à ces nouvelles tarifications, le parc souterrain se positionne en concurrent direct du stationnement de surface, jusqu'alors perçu comme moins cher.

### UNE OFFRE MULTI-PARCS

Outre cette tarification plus souple, les nouvelles installations technologiques de VINCI Park facilitent la conception de produits commerciaux multi-parcs. Il devient possible d'offrir au client des réductions liées à sa fréquentation sur l'ensemble des parcs de VINCI, lorsqu'il règle par carte bancaire. Le système informatique signale les consommations qui donnent lieu à une réduction ; toutes les transactions pouvant être vérifiées sur un relevé de compte. Au-delà du bénéfice pour l'utilisateur, VINCI Park y trouve également son avantage. En regroupant toutes les transactions payées par une même carte sur un relevé mensuel, l'entreprise limite à une unité les frais de commission qu'elle règle à la banque pour ces paiements. C'est aussi grâce aux cartes bancaires que VINCI Park a pu constater l'existence d'une clientèle multi-parcs. Ces nouveaux produits contribueront bientôt à la fidéliser.



→ World-wide, more than 140 million customers use VINCI Park facilities every year. They generate information of great value to the company: parking hours, volume, frequency, locations used, etc. Technologies developed by equipment manufacturers and by VINCI Park's own employees now make it possible to utilise this data to offer the customer terms and conditions better tailored to his or her needs. In the run-up to the introduction of the euro in January 2002, VINCI Park thus plans to replace the oldest ticket machines and those which would require extensive overhaul. 74 car parks in Paris and the French regions will be introducing new equipment. This common equipment, showcasing VINCI Park's corporate identity, is compatible and consistent with the company's corporate strategy. The move will achieve three goals:

- It will enable operators to better match their sales and pricing policies to the needs of potential customers who are not yet regular users car parks;
- It will simplify monitoring and processing of transactions all along the line;
- It will facilitate customer and employee mobility among the group's different car parks.

#### Differential pricing

The first point, sales strategy, is crucial. With the new ticket machines, VINCI Park will be able to provide a customised offering by

varying the price according to the amount of time each customer spends in the car park. Time-of-day pricing, based on a system similar to the French Railways' and France Télécom's blue, white and red (off-peak, base and peak) periods, will make further differentiation possible and also avail an incentive to customers to park in the off-peak period to get the benefit of the lower price, thus smoothing car park use. The new pricing system will enable underground car parks to compete directly with surface parking, currently perceived as less expensive.

#### A multi-car-park product

Apart from the more flexible pricing, the new VINCI Park technology will facilitate the design of multi-facility special offers. It is now becoming possible to offer a customer paying by credit card price reductions based on his or her use of all VINCI car parks. The computer system identifies users eligible for such discounts. The customer receives an account statement showing all transactions. Beyond the benefit to the user, VINCI Park also stands to gain. By pooling all transactions paid with the same card in a single monthly account statement, the company pays only one bank commission per month. It was through credit card payments that VINCI Park discovered multi-car-park customers in the first place. The new products should help keep them coming back.

## Intraparc : agir à distance, en temps réel

### Intraparc: remote operations in real time

Développé par Sogeparc Technologies, Intraparc est un système de télégestion utilisant Internet, qui dépasse les choix techniques opérés jusqu'alors dans l'entreprise.

**Son objectif :** favoriser la communication et la diffusion d'informations entre les parcs et les divers départements fonctionnels. Concrètement, chaque exploitation est équipée d'un ordinateur, lui-même relié à tous les équipements, et connecté à un système informatique général qui peut ingérer toutes les informations émanant de l'exploitation. Les intérêts de ce système sont multiples.

Pour le client, il renforce **le sentiment de sécurité** : celui-ci sait que le parc est surveillé en permanence, indépendamment de la présence sur place du personnel d'exploitation. De même, si la barrière de péage est bloquée, l'appel de l'usager peut être traité rapidement à distance. De son côté, le personnel se voit dégagé d'un certain nombre de tâches pouvant être gérées de loin, comme le contrôle des alarmes. Il peut donc se concentrer sur le service rendu à la clientèle. C'est également grâce à Intraparc que le département marketing peut enrichir sa connaissance des clients, en accédant notamment aux bases de données du matériel de péage. La maintenance est également facilitée grâce à des bilans systématiques, etc. Les options sont nombreuses et tous les services sont concernés. Il y a fort à parier qu'Intraparc connaîtra une expansion rapide.

Intraparc, developed by Sogeparc Technologies, is an Internet-based remote management system which goes far beyond the technologies the company has been using to date. **The goal** is to foster communication and to circulate information between the car parks and the various corporate departments. In concrete terms, all the equipment of a car park is connected to a computer which is in turn connected to a central IT system into which all information generated by the equipment is fed. There are many advantages to this technology. The customer has a greater **feeling of security**, knowing that the car park is under constant surveillance independently of the on-site staff. Similarly, when an exit barrier is blocked, a call from the customer can be remote-processed very speedily. For its part the on-site staff are relieved of a number of tasks, such as alarm monitoring, which can be managed remotely. They are thus free to concentrate on serving customers. With Intraparc, and the access it affords to ticket machine data, the marketing department can get to know customers better. Maintenance is facilitated by systematic reviews, etc. There are many ways to make use of the system, and all services are covered. Intraparc will doubtless be expanding very rapidly.



## Adams Parking teste le porte-monnaie électronique

### Adams Parking tests the electronic purse

Avec 6,8 millions de cartes Octopus en circulation pour 7 millions d'habitants, Hong Kong semble définitivement conquis par le porte-monnaie électronique. Ce nouveau moyen de paiement, mis en place en septembre 1997, a connu un succès immédiat. Initialement limitée au métro, l'utilisation de la carte a été élargie aux bus, aux ferries (Hong Kong possède 150 îles), aux photomats, aux distributeurs automatiques. Elle permet également de régler les achats dans les supérettes de proximité "7-Eleven" et dans certains fast-foods.

Une étude est actuellement en cours pour son extension aux taxis, parcs de stationnement et parcmètres. Ainsi, Adams Parking participe à un test réel sur voirie, en partenariat avec sa société sœur Access Control Systems (ACS) et Reino, une entreprise australienne spécialisée dans les parcmètres multiplaces. Trois sociétés concurrentes prennent également part à ce test, lancé à l'initiative du Transport Department et de Creative Star Limited (CSL), à l'origine de la carte Octopus. D'ores et déjà, quatre machines ont été développées dans le cadre de ce projet par Reino. Mises en service en novembre dernier et jusqu'en septembre prochain dans quatre quartiers de Hong Kong, elles couvrent chacune dix places de stationnement et n'acceptent que les paiements par carte Octopus. Le matériel testé est destiné à terme, si les résultats sont concluants, à remplacer les 17 000 parcmètres disséminés dans les rues de Hong Kong. Des parcmètres déjà largement équipés en électronique qui fonctionnent exclusivement avec des cartes à puce puisque le paiement par pièces a été supprimé dès 1997.

Les multiples utilisations de la carte Octopus, dans le cadre d'achats de proximité et de faible montant (bus, distributeurs, parcmètres...).

The many uses of the Octopus card for small local purchases (bus fare, vending machines, parking meters, etc.)



→ With a population of 7 million and 6.8 million Octopus cards in circulation, it is fair to say that Hong Kong has gone in for the electronic purse in a big way. This new payment method was an immediate hit when it was introduced in September 1997. Originally intended only for use in the underground, it was extended to cover buses, ferries (Hong Kong has 150 islands), photomats and vending machines. It can also be used in 7-Eleven convenience stores and some fast-food restaurants. Currently a study is being carried out on its possible extension to taxis, car parks and parking meters. Adams Parking is taking part in a full-scale on-street parking trial in partnership with its sister company Access Control Systems (ACS) and Reino, an Australian company specialising in multi-space parking meters. Three competitors are also participating in the trial, initiated by the Transport Department and Creative Star Limited (CSL), which introduced the Octopus card. Reino developed four machines for the project. Last November they were set up in four Hong Kong districts, where they will continue to operate until next

September; each covers ten parking spaces and only accepts payment by Octopus card. Ultimately, if the test is successful, this equipment will replace Hong Kong's 17,000 parking meters, already upgraded with electronic systems which only accept payment by smart cards, coins having been eliminated in 1997.

### Comment ça marche ? How does it work?

La carte Octopus est rechargeable soit aux guichets des stations service, soit aux caisses automatiques. Elle peut également être systématiquement re-créditée par la banque en signant un accord de prélèvement.

The Octopus card can be recharged at service stations or at automatic pay machines. Banks can also systematically reload the card from the user's account, subject to written authorisation.

# Visite virtuelle d'un parc hyper-réaliste

## Virtual tour of a hyper-realistic car park

POUR VISITER UN PARC, EN APPRÉCIER LE MOINDRE DÉTAIL, EN ÉVALUER LES FLUX DE CIRCULATION, NUL BESOIN AUJOURD'HUI D'ATTENDRE SON INAUGURATION OU SA MISE EN SERVICE. LES LOGICIELS 3D AU SERVICE DES DESIGNERS PERMETTENT DE VISUALISER UN OUVRAGE QUI, POUR LES DÉCIDEURS, N'EST ENCORE QU'UN PROJET. L'IMAGE DE CETTE RÉALITÉ VIRTUELLE EST SPECTACULAIRE.

THESE DAYS YOU DON'T HAVE TO WAIT FOR A CAR PARK TO BE INAUGURATED OR OPERATIONAL TO VISIT IT, EXAMINE EVERY DETAIL AND ASSESS ITS TRAFFIC FLOWS. 3D DESIGN SOFTWARE PROVIDES A COMPLETE PICTURE OF A FACILITY WHILE IT IS STILL ON THE DRAWING BOARD BEFORE APPROVAL. THE VIRTUAL-REALITY IMAGE IS SPECTACULAR.

Périgueux, parc du Théâtre. Grâce à l'image virtuelle, même un non-initié peut juger de l'intégration dans la cité des éléments visibles en surface.

Théâtre car park in Périgueux. Thanks to the virtual image, even the non-specialist can assess the way the car park's visible elements fit in with its surroundings.

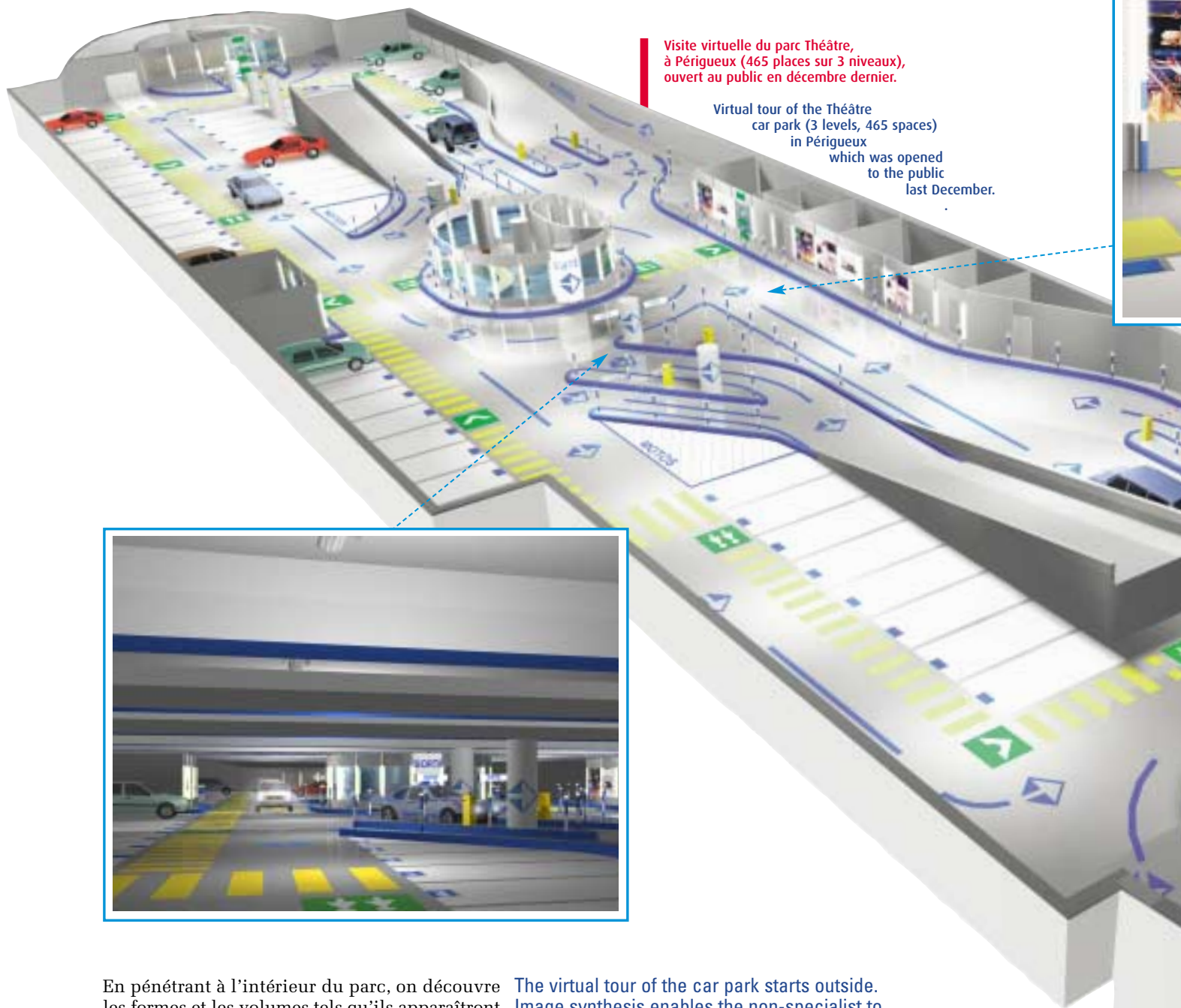


Visualiser un ouvrage fini avant même qu'il ne soit commencé, telle est la mission confiée aux concepteurs de l'hyper-réalisme virtuel avec lesquels travaille VINCI Park. Ils sont designers, graphistes, coloristes ; ils disposent des plans détaillés réalisés par l'architecte, d'une dizaine de logiciels 3D, et d'un talent évident pour donner à voir ce qui n'existe pas encore. En soi, l'idée n'est pas nouvelle : les dossiers de réponse aux appels d'offres pour la construction de parcs de stationnement sont généralement illustrés de crayonnés et de roughs qui viennent concrétiser les propositions. La nouveauté vient des outils

désormais à la disposition des illustrateurs et de la nouvelle approche qu'ils induisent : l'interprétation n'est plus d'actualité, place à l'application. Pour VINCI Park, il ne s'agit plus de proposer un concept aux décideurs, de suggérer une ambiance, mais bien de livrer le futur ouvrage intégré dans son environnement, dès la présentation du projet.

La visite virtuelle du parc de stationnement commence à l'extérieur. Grâce à l'image de synthèse, même un non-initié peut juger de l'intégration dans la cité des éléments visibles en surface, notamment les rampes et autres accès d'entrée et de sortie.

➔ VINCI Park's virtual hyper-realistic designers were asked to create a finished car park prior to its construction. Given the detailed architectural blueprints, these designers, graphics artists and colour specialists went to work using some ten 3D software packages and their talent for showing what doesn't yet exist. In itself the idea is not new: competitive bids made for car park construction generally include drawings and roughs as illustrations. What is new is the tools now available to illustrators and the new approach which makes application instead of just interpretation. At VINCI Park the concept is not to suggest an idea or an ambiance to decision makers, but rather to deliver the complete facility, in its environment, at the time the project is submitted for approval.



Visite virtuelle du parc Théâtre, à Périgueux (465 places sur 3 niveaux), ouvert au public en décembre dernier.

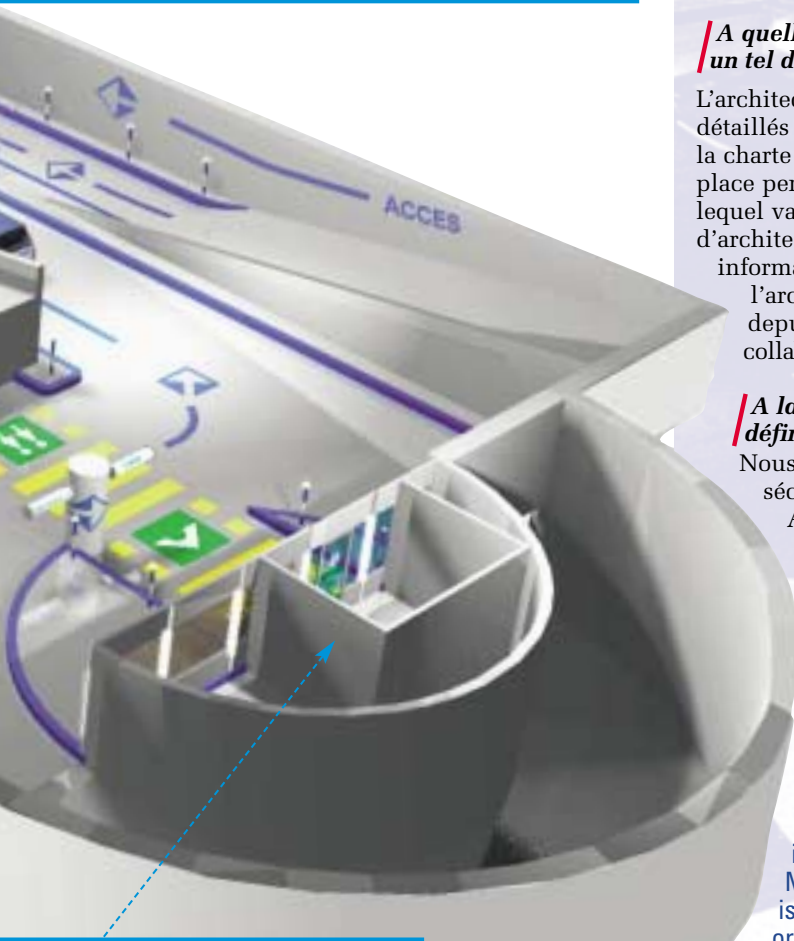
Virtual tour of the Théâtre car park (3 levels, 465 spaces) in Périgueux which was opened to the public last December.



En pénétrant à l'intérieur du parc, on découvre les formes et les volumes tels qu'ils apparaîtront au public. La couleur, la texture des matériaux, les codes graphiques, le mobilier, les lumières et les transparences permettent d'appréhender les ambiances du futur ouvrage. La visite se poursuit : bureau d'accueil, sorties piétons à chaque niveau, espaces de contrôle et de péage. L'organisation des flux fait également l'objet d'un traitement hyper-réaliste pour évaluer à leur juste mesure les problématiques de circulation de surface et de circulation interne au parc avec, par exemple, les dégagements pour les manœuvres de stationnement et la visualisation des accès piétons.

Cette qualité d'approche, qu'offrent les nouvelles techniques d'illustration, permet de placer sur un même plan les choix architecturaux, les options techniques et l'offre de services. Chaque projet est donc présenté comme un condensé des compétences de l'entreprise et témoigne de la capacité de cette dernière à concevoir un parc dans sa globalité.

The virtual tour of the car park starts outside. Image synthesis enables the non-specialist to assess how well the facility, and especially its surface entrances and exits, such as ramps, fit in visually with its surroundings. Moving into the car park, one sees shapes and volumes as the public will see them. Colours, textures, graphics design, fittings, lighting and transparent surfaces give a good idea of the future facility's atmosphere. The tour continues: customer desk, pedestrian exits at each level, checkpoints and pay stations. There is also a clear hyper-realistic impression of traffic flows inside and outside the car park showing such things as space allowed for parking manoeuvres and pedestrian access points. With these new illustration technologies, a proposed facility's architecture, technical design and service offering can be assessed all at once. Each project is thus presented in an overview of the bidding firm's capabilities showing its ability to design a car park as a whole.



## 3 questions à Yves Christin, architecte designer du studio Mirage

Three questions for Yves Christin, the Studio Mirage architectural designer

### ***Quel est le principal intérêt de ces illustrations hyper-réalistes ?***

Lorsque VINCI Park présente son projet à un élu par exemple, qui n'est pas forcément du métier, qui ne saura pas toujours interpréter un plan ou relativiser un rough par rapport au rendu final, l'illustration en 3D supprime toute ambiguïté. Simultanément, le décideur découvre le plan et se retrouve dans le parc. Il n'a pas besoin d'extrapoler, d'imaginer : son parc, il l'a sous les yeux.

### ***A quelles contraintes êtes-vous soumis pour concevoir un tel document ?***

L'architecte à l'origine du projet nous transmet les plans détaillés de l'ouvrage, incluant les implantations de lumière, la charte graphique, le choix des matériaux, etc. Une visite sur place permet de prendre connaissance de l'environnement dans lequel va s'intégrer le projet. A nous ensuite, avec l'aide d'architectes d'intérieur, de graphistes, et de moyens informatiques puissants, de concrétiser les idées de l'architecte. Précisons que cette technique n'existe que depuis cinq ans environ, date de nos premières collaborations avec votre groupe.

### ***A la lumière de vos travaux, comment définiriez-vous un parc de stationnement aujourd'hui ?***

Nous traitons les parcs comme des espaces conviviaux et sécurisants, des lieux de vie avec tous les services dédiés. Ainsi, les notions de confort, de sécurité et de service pour le client final sont mises en évidence et apparaissent à tous avant même que la construction ne soit commencée.

### ***What is the main purpose of these hyper-realistic illustrations?***

VINCI Park is often called upon to present projects to elected officials who are not necessarily specialists able to interpret a blueprint and get a clear idea of the final result from looking at a drawing, and 3D illustration is a great help in making these presentations. Meanwhile the decision-maker sees the blueprint and is right there in the car park without having to extrapolate or imagine it. He can actually see it.

### ***What difficulties do you encounter when you put this together?***

The project's original architect sends us the detailed blueprints with information on lighting locations, design manual, choice of materials, etc. We visit the prospective site to get to know the environment in which the project is to be built. Then we work with interior decorators, graphics specialists and powerful computers to give shape to the architect's ideas. I ought to point out that the technique was only introduced about five years ago, around the time we started working with your group.

### ***Based on the work you have done, how would you define a car park today?***

We treat car parks as user-friendly, reassuring places, public places with all sorts of dedicated services. The concepts of convenience, security and customer service are the clear focus and are made perceptible even before the start of construction.



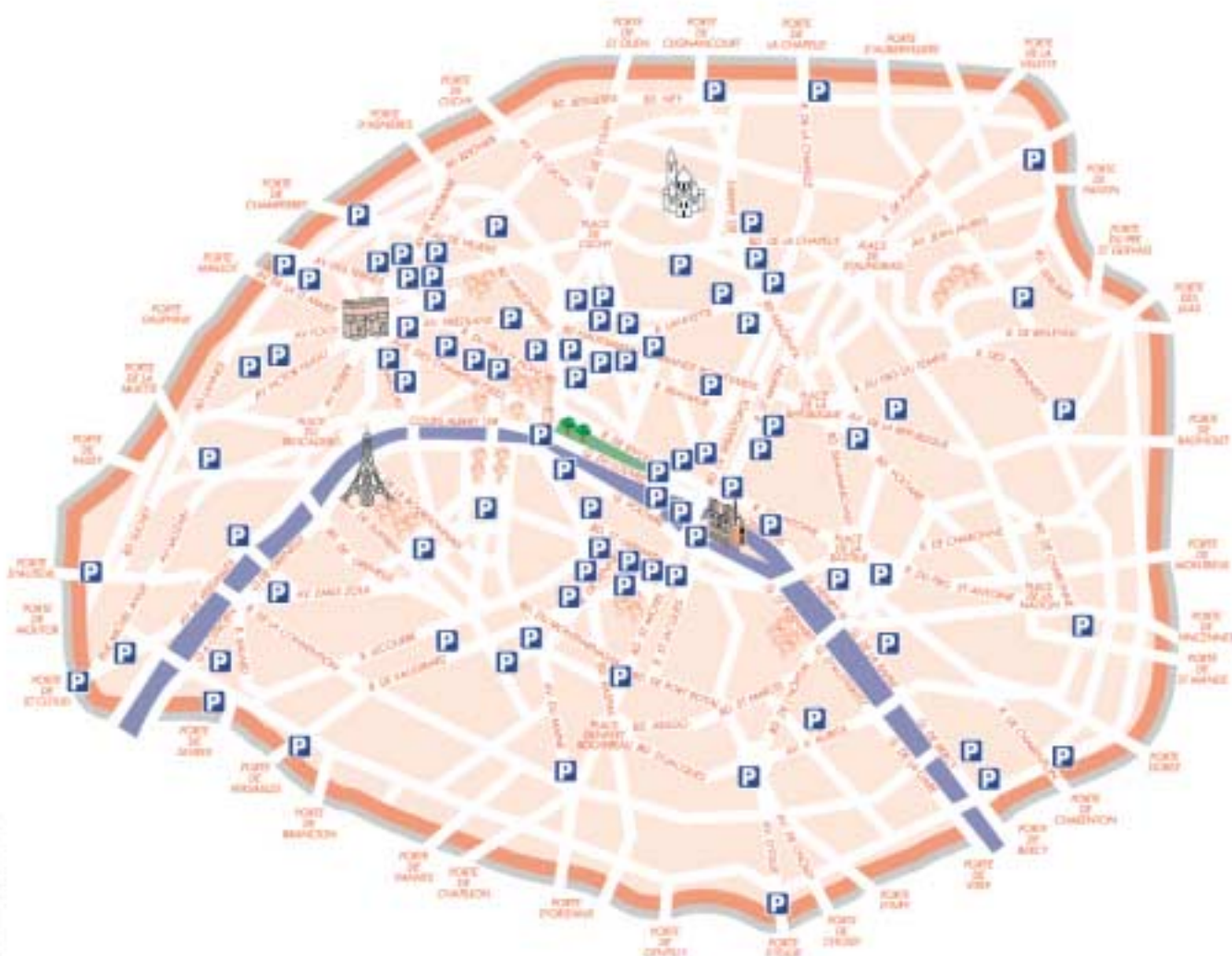
**VOUS CHERCHEZ UNE PLACE ?**  
à l'heure, au mois, à l'année...



**90 PARCS A PARIS**

**N°Azur 0 810 01 75 75**

PRIX APPEL LOCAL



IC Paris 8 372 007 173 - délégué Communication - Paris expo.com/paris



*La fierté de servir le client*

**VINCI**   
**PARK**