

STATIONNEMENT : L'AUTOMOBILISTE DEVRAIT SUPPORTER LE VRAI COÛT

Le stationnement en ouvrage est coûteux à réaliser et entretenir, si bien que son coût est rarement assumé en intégralité par l'utilisateur. Ainsi, de façon plus ou moins directe et apparente, il est généralement subventionné par la collectivité. Ce biais du « marché » devrait être corrigé pour s'inscrire dans une logique de mobilité durable.

On l'oublie souvent : le stationnement sur voirie n'est que la partie émergée de l'iceberg. Dans un tissu urbain traditionnel, environ les ¾ de l'offre de stationnement sont des parkings privés. Ces offres sont complétées par des parkings ouverts au public, qu'ils soient sous maîtrise d'ouvrage publique ou privée. C'est la combinaison d'un tissu ancien, peu équipé en parkings privés, et d'une dynamique de croissance de la voiture qui a amené les villes à équiper leurs centres de parkings publics en ouvrage. La réalisation de tels ouvrages se poursuit, dans le cadre de réaménagements d'espaces publics ou de la réalisation de nouveaux quartiers urbains. De tels ouvrages représentent des investissements importants ; toutes dépenses comprises, il devient rare de réaliser un parking souterrain à moins de 30 000 € HT par place. Le coût est plus modéré pour les parkings en élévation, avec une moyenne s'établissant aux alentours de 16 000 € HT par place. Au coût de réalisation s'ajoutent des charges d'exploitation conséquentes : nettoyage, entretien et maintenance des équipements, dépenses de fluides, gardiennage, suivi de la sécurité incendie, gestion commerciale. Certaines de ces missions demandent un haut niveau de technicité et les coûts associés sont importants. Ils ont toutefois tendu à être maîtrisés au cours des dernières années, en raison notamment d'une digitalisation du service et du développement de la gestion à distance (télé-opération). Les recettes d'exploitation sont essentiellement générées par les usagers des parcs, qui s'acquittent d'un paiement forfaitaire (abonnement) ou au temps passé (tarification horaire). Elles peuvent être complétées, de façon

généralement marginale, par des recettes de publicité par exemple. Ces recettes étaient généralement suffisantes pour couvrir les coûts de réalisation et d'exploitation dans les anciens contrats de concessions.

LE STATIONNEMENT EST SUBVENTIONNÉ

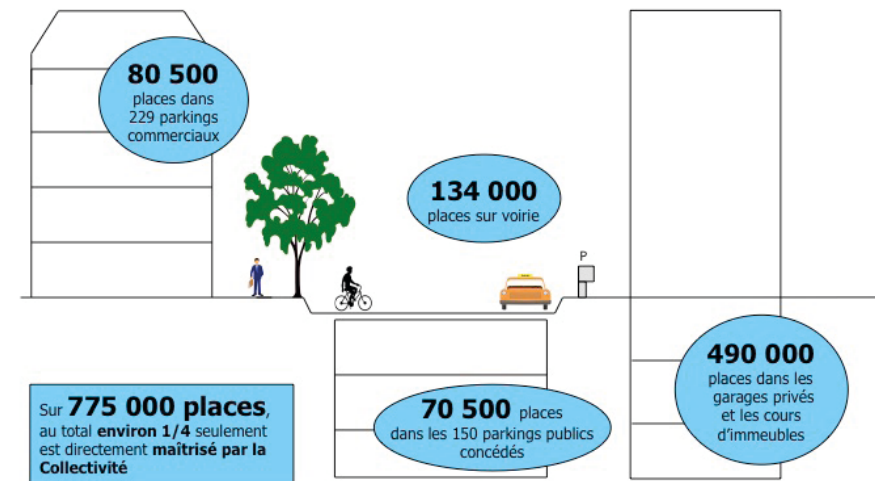
Ce type de procédure a été beaucoup utilisé dans les années 1970 et 1980 par les collectivités pour équiper leurs centres-villes. Ces projets présentaient un certain nombre de facteurs favorables : tissus urbains déjà constitués avec un évident déficit d'offre, dynamique de hausse de la possession et de l'usage de la voiture, localisation centrale présentant une forte attractivité et favorisant une bonne mixité d'usages...

Aujourd'hui, il devient véritablement exceptionnel qu'un parking soit réalisé et intégralement financé dans le cadre d'une concession de travaux et de services. Il existe à cela plusieurs raisons :

- les secteurs urbains les plus centraux, c'est-à-dire en quelque sorte « les mieux placés », sont déjà équipés en parkings publics ;
- les politiques de mobilité visent une diminution de la possession et de l'usage de la voiture et commencent à porter leurs fruits dans certains contextes ;
- les nouveaux parkings sont souvent localisés dans des projets urbains qui impliquent une montée en charge assez longue et un fort aléa en termes de demande prévisionnelle ;
- enfin, il existe souvent une volonté des collectivités locales de modérer la tarification pratiquée.

Le montage financier de ces nouveaux parcs de stationnement est ainsi bouclé la plupart du temps à l'aide d'une contribution extérieure, qu'il s'agisse d'une subvention directe

La répartition de l'offre de stationnement à Paris



de la puissance publique, ou d'un financement au titre d'équipements publics pour les projets développés dans le cadre de zones d'aménagement concerté. Il arrive aussi que la réalisation de nouveaux ouvrages soit incluse dans des contrats plus globaux intégrant la gestion de parkings existants, déjà amortis et présentant un excédent d'exploitation, ou groupée avec l'exploitation du stationnement payant sur voirie, qui présente en général un équilibre économique beaucoup plus favorable.

UN ÉTAT DE FAIT

Au final, il apparaît que les projets de parkings publics sont rarement autofinancés en intégralité par la clientèle du parc. De façon plus ou moins apparente, ils sont généralement subventionnés par la collectivité. Cela est également vrai pour les parkings privés. Il est par exemple de notoriété publique parmi les promoteurs que le prix de vente d'une place de parking en souterrain d'un immeuble de logement ne couvre même pas le coût de réalisation. Il leur est même parfois plus simple d'afficher que la place de parking est « offerte » avec le logement. En réalité, le parking est financé de façon lissée sur le coût du m², les logements sans parking contribuant autant que les logements qui en disposent, les ménages sans voiture comme les résidents motorisés. Cette situation a été favorisée par la fixation de normes de stationnement élevées, voire très excessives, dans les Plans Locaux d'Urbanisme. Dans la même idée, le stationnement dans

les centres commerciaux est généralement offert aux clients automobilistes. Le coût de gestion et d'entretien du parking est ainsi reporté de façon indistincte sur l'ensemble des clients, quel que soit leur mode de venue dans les magasins.

DES ÉVOLUTIONS SONT NÉCESSAIRES

Cet état de fait paraît véritablement peu satisfaisant à une époque où la formule de « mobilité durable » est dans toutes les bouches et où le modèle de financement des transports publics est à repenser.

Il paraît en effet tout à fait souhaitable que l'on fasse supporter à l'automobiliste le vrai coût du stationnement, et non le camoufler, que ce soit dans le coût des logements ou dans le montant des courses. La transparence des coûts devrait être un objectif à poursuivre, que cela relève d'une « bonne pratique » des opérateurs économiques ou que ce soit impulsé par la Collectivité. Les effets positifs de ce principe ont par exemple été illustrés par le dispositif de *parking cash out* instauré en Californie : une loi oblige les employeurs qui mettent à disposition un stationnement gratuit ou en dessous de sa valeur marchande, à laisser le choix à leurs employés de continuer à en bénéficier ou de recevoir un montant équivalent. Selon un bilan de la mesure établi par Donald C. Shoup¹, le mécanisme a permis de faire baisser d'environ 20 % le nombre de conducteurs solo, et à faire progresser la part des autres modes, le covoiturage en premier lieu ; la distance annuelle parcourue en voi-

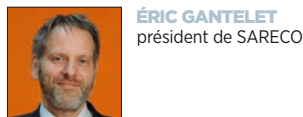
ture a diminué de 12 %, les émissions de CO₂ dans les mêmes proportions.

Une réflexion en profondeur sur la fiscalité du stationnement serait également nécessaire pour contribuer à faire évoluer les pratiques de déplacements sans tomber dans une logique simpliste de taxation aveugle et généralisée. Du point de vue de la politique de mobilité, il paraît par exemple extravagant que le propriétaire d'un parking soit redevable de la taxe foncière lorsque celui-ci est payant, mais pas s'il est en accès libre. De même, pour l'application de la taxe annuelle sur les surfaces de stationnement², le Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts indique que « le critère de destination est indépendant de celui d'utilisation effective. Ainsi, une surface destinée au stationnement des véhicules, mais inutilisée pour une cause quelconque, même étrangère à la volonté du propriétaire, demeure passible de la taxe ». Cela renforce l'incitation du propriétaire à attirer un maximum de clients pour payer cette taxe plutôt qu'à fermer un niveau de parking qui serait structurellement sous-utilisé.

CE QUI SE PASSE À L'INTERNATIONAL

Certains exemples internationaux montrent que la fiscalité peut être orientée plus efficacement. À titre d'exemple la Région de Bruxelles-Capitale a introduit un dispositif fiscal pour les bureaux suréquipés en stationnement. Au-delà d'un seuil dépendant de la desserte en Transport en Commun, les propriétaires de ces infrastructures ont 3 options : supprimer ou reconverter les places (stationnement vélos, stockage...) ; ouvrir le parking pour les besoins du quartier ; payer une taxe spécifique. Des dispositifs intéressants ciblant les commerces existent aussi dans les pays anglo-saxons.

Faire apparaître les vrais coûts et mieux orienter la fiscalité sont deux enjeux importants. Il est sans doute temps de dépoussiérer le modèle économique du stationnement afin d'accompagner plus efficacement les politiques de mobilité. ■



ÉRIC GANTELET
président de SARECO



CHRISTOPHE BÉGON
chef de projet chez SARECO

¹ Parking Cash Out, Donald C. Shoup, FAICP
² Cette taxe a été instaurée en Ile-de-France pour financer le Grand Paris Express.