

00:00:07:13 - 00:00:15:21

Plus d'usage pour moins de produits à travers la location, c'est une manière d'être plus vertueux.

00:00:38:23 - 00:01:23:01

Bonjour, je m'appelle Yann Carré, j'ai 54 ans, je suis marié, j'ai trois magnifiques grandes filles maintenant et je travaille chez Décathlon comme leader de la location pour l'ensemble du groupe Décathlon. J'ai fait une école de commerce. Ensuite, j'ai travaillé dans divers métiers, donc j'ai eu plusieurs parcours professionnels, plutôt dans le monde du commerce ou du commercial. Et puis incidemment, à partir des années 2000, j'ai eu un parcours entrepreneurial ou j'ai créé une première société dans le domaine de l'Internet mobile, mais qui était un peu trop tôt sur son marché puisqu'à l'époque, la vision qu'on avait de ce que pouvait faire un iPhone était dans notre tête

00:01:23:01 - 00:01:50:16

mais ni les réseaux ni les produits n'existaient pour le faire. Donc, c'est une société que j'ai revendue à une autre entreprise de services et progressivement, j'ai travaillé dans différentes petites structures plutôt innovantes dans le domaine de la technologie et des médias. Et ça m'a amené jusqu'en 2011 à travailler sur des métiers de média digital puisque je dirigeais une agence média digital qui était filiale du groupe Fullsix à l'époque.

00:01:51:10 - 00:02:24:21

Et puis, en 2011 j'ai décidé d'arrêter, de prendre un peu de temps de réflexion pour moi et pour mon projet, ce qui m'a amené à explorer plusieurs voies. Et incidemment, par les hasards de la vie, je suis rentré en contact avec Décathlon qui, à l'époque, cherchait son patron de la communication sur le métier du vélo. Et c'est comme ça que l'aventure a commencé chez Décathlon en 2011, après un stage en magasin d'un mois et demi ou mes amis sont venus me voir en me disant tiens, c'est sympa de te voir avec un gilet décathlon au magasin de la Défense de Paris.

00:02:25:17 - 00:02:59:12

Je suis parti ensuite dans le Nord et j'y suis maintenant depuis 2011. Depuis maintenant trois ans, j'essaye de développer cette nouvelle forme de consommation qui est l'économie de l'usage et donc chez Décathlon, l'économie de l'usage ça passe par d'un point de vue transactionnel, par ce qu'on appelle la location sous toutes ses formes : location longue durée, location longue durée, location mensuelle par abonnement.

Après avoir été dix ans entrepreneur, c'est vrai que je ne me voyais pas reprendre une vie de salarié classique et donc j'avais envie de travailler dans un groupe qui laisse suffisamment d'opportunités de liberté à ceux qui ont envie d'entreprendre. Mais effectivement, dans un cadre d'entreprise qui est un peu plus structuré que quand on est créateur d'entreprise, et

donc j'ai choisi cette entreprise parce qu'elle avait plusieurs intérêts pour moi. D'abord, c'est une entreprise qui était porteuse de sens. Je suis un sportif, j'adore le sport, donc je travaille dans le domaine du sport c'est quand même plutôt agréable. Et en plus de ça, quand on fait du sport, on prend du plaisir. Quand on permet aux gens de faire du sport et qu'on rend accessible le sport, on permet aux gens aussi d'être en bonne santé et de prendre du plaisir.

00:03:38:18 - 00:04:05:12

Donc ça, c'est plutôt sympa. Et puis, c'est aussi une entreprise avec des valeurs familiales, les valeurs familiales de leurs fondateurs, de ce qu'on appelle l'association des familles Mulliez. Des gens qui sont des vrais entrepreneurs mais qui investissent pour les générations futures et pas pour le trimestre à venir. Et donc ça donne un temps, une exigence qui est tout aussi importante mais un temps long dans les investissements et donc dans la capacité à entreprendre des choses. A l'intérieur de ce groupe là j'ai pu réutiliser ma fibre entrepreneuriale, mais comme un intrapreneur.

Alors pourquoi la location ? Après avoir travaillé sur la communication de Décathlon, notamment des vélos, j'ai été amené à travailler des projets d'innovation à une époque où Décathlon était en train de se transformer et de devenir une entreprise omnicanale et pas simplement une entreprise retailer classique. Et donc ça m'a amené à travailler sur des projets autour des vélos notamment, et autour de l'usage des vélos.

00:04:35:22 - 00:05:17:12

Et, de fil en aiguille, d'explorer la location des vélos et la capacité d'offrir à nos clients non pas simplement le choix d'acheter un produit mais de l'utiliser. Et j'ai découvert encore une fois, par opportunité, par incidence, tous les aspects positifs que ça pouvait avoir et donc pour moi, c'est très porteur de sens puisque derrière l'usage, il y a la notion de rendre accessible encore plus facilement que par la propriété dont on sait qu'elle a un coût et que ça nécessite de mobiliser une bonne partie de son argent, notamment quand on achète un matériel de fitness, un trampoline pour ses enfants, un vélo, ça peut vite chiffrer. Et puis, à travers l'usage, on a aussi la capacité

00:05:17:12 - 00:05:44:01

d'offrir des services qui sont pertinents dans l'usage, quand vous faites du vélo c'est bien, mais si en plus vous réparez ou maintenez, on s'occupe d'assurer le vélo contre la casse, le vol et on fait de l'assistance. Si vous avez un problème, et bien ça crée du sens par rapport à l'usage. Donc je me suis investi là-dedans et notamment aussi la dernière raison, mais peut-être la raison principale, parce que on cherche aujourd'hui à Décathlon à être un peu moins impactant sur la planète.

00:05:44:07 - 00:06:09:22

On sait que, comme toute entreprise, on a un impact qui se traduit par de la tonne équivalent CO2, mais on a un impact sur l'eau, on a un impact sur l'air, on a un impact sur les déchets, on prélève des ressources en amont, on crée des déchets en aval. Et aujourd'hui,

l'entreprise est tournée vers cette transition d'être plus vertueux et plus d'usages pour moins de produits à travers la location, c'est une manière d'être plus vertueux,

00:06:10:09 - 00:06:29:11

sans abandonner l'ambition de continuer à faire du commerce et de créer de la valeur. Donc on essaye d'équilibrer : moins de destruction de valeur environnementale et continuer la création de valeur économique pour l'ensemble des parties prenantes. Je pense que quand on a, quand on passe un certain âge, on appelle ça la crise de milieu de vie. Donc j'ai dû la passer aussi, enfin

00:06:29:16 - 00:07:05:03

je l'ai passée, je n'ai pas dû la passer, je l'ai passée aussi. On s'interroge, on s'interroge sur un certain nombre de choses et notamment sur la raison pour laquelle on se lève tous les jours. Et c'est vrai que j'ai eu envie de me lever tous les jours et de travailler sur des projets qui étaient porteurs de sens parce qu'ils créent de l'accessibilité à quelque chose auquel je crois qu'est le sport et qui en même temps, ne nous amenait pas forcément, comme l'ancien modèle linéaire d'un retailer ou d'un distributeur classique, à produire de plus en plus de produits et donc de plus en plus de ponction en amont des ressources de la terre et de

00:07:05:03 - 00:07:33:12

plus en plus de déchets en aval. Et donc c'est vraiment ces deux dimensions là où j'ai trouvé qu'on pouvait essayer de trouver la quadrature du cercle quelque part, d'être plus vertueux et en même temps de ne pas rentrer dans une logique qu'est : pour être vertueux, je suis obligé de faire de la décroissance. Vraiment ce projet il est au carrefour de cette volonté là et il me reste peut-être en tant que salarié, si Dieu me prête vie, une dizaine d'années à vivre etc. et on est au début d'une aventure et je pense qu'on peut la vivre pendant une dizaine d'années,

00:07:33:12 - 00:07:56:01

et bien entendu, c'est un projet qui me dépasse et qui continuera. D'un point de vue personnel, ça apporte beaucoup de sens et donc ça donne beaucoup de puissance, de légitimité et de motivation pour aller surmonter les obstacles parce qu'ils sont nombreux quand on fait de la transformation en entreprise. Mais c'est vrai qu'aujourd'hui, dans tous les débats dans lequel on a : « si vous voulez être vertueux, il faut faire dans la décroissance »,

00:07:56:01 - 00:08:19:23

et certains sont les chantres de la vertu environnementale ne passera que par la décroissance. D'autres disent que non, on arrivera à trouver la martingale. On est peut-être dans une entreprise, quand je dis entreprise pas l'entreprise Décathlon, mais pas dans cette démarche là dans une entreprise du milieu où on essaye en tout cas de trouver un bon

équilibre. Nous, on est, on fait partie de ceux qui poussent dans le bon sens on va dire et on nous demande et moi en tout cas, je me le demande tous les jours

00:08:20:06 - 00:08:47:10

c'est quoi la réalité ? Si c'est pour à la fin, se dire qu'en fait bah non il n'y a pas trop de vertu environnementale, il faudra peut-être se poser des questions et peut être se dire qu'il faut faire autrement.

Ma mission actuelle chez Décathlon, c'est de définir la stratégie et la vision de ce que devrait être l'économie de l'usage à travers la location chez Décathlon.

00:08:47:22 - 00:09:12:12

Donc quoi ? et pour faire quoi ? Et puis de créer le cadre qui permet de passer de la période dans laquelle on est, dans laquelle il y a beaucoup de tests qui sont menés, à une période dans laquelle ça devient une offre réellement industrielle. Donc les Anglais diraient « scaler » donc prendre beaucoup plus d'ampleur, plus de sport, plus de services, plus de pays et faire en sorte que ça devienne un élément de notre offre.

00:09:13:00 - 00:09:34:06

Avant, on allait chez Décathlon pour acheter des produits neufs. A un moment donné, on allait chez Décathlon pour aller acheter des produits neufs que de Décathlon, puisqu'on est aussi un concepteur de produits. Aujourd'hui, c'est plutôt de laisser le choix aux clients et aux consommateurs, et de dire vous pouvez acheter mais vous pouvez aussi utiliser en fonction de l'état d'esprit dans lequel vous êtes ou des contraintes dans lesquelles vous vous situez, notamment par rapport à votre budget.

00:09:34:17 - 00:10:18:01

Donc aujourd'hui, mon rôle, c'est ça : définir une vision, une stratégie et créer les conditions du déploiement de cette stratégie au sein du groupe. Décathlon pour donner un chiffre ou une indication, l'empreinte qu'on a sur la planète, elle est directement ou indirectement liée à la production de nos produits. On va dire que 70 % de cette empreinte là aujourd'hui, si on l'exprime en tonnes équivalent CO2 encore une fois, qui est un indicateur qui est souvent utilisé par les entreprises pour qualifier leur empreinte environnementale, elle est à 70 % liée au fait qu'on crée des produits, qu'on transporte des produits, qu'on vend des produits et qu'on crée des déchets en aval parce que une chaussure, du vêtement, une tente, un

00:10:18:01 - 00:10:45:04

vélo peut devenir à la fin un déchet. Et donc si on veut continuer à faire de la croissance économique, c'est à dire du chiffre d'affaires et de la création de valeur associée, dans un modèle linéaire, il y a une courbe directement corrélée entre le nombre de produits que vous vendez et le chiffre d'affaires que vous créez. Si on veut arriver à casser cette

corrélation pour pouvoir continuer à créer de la valeur tout en ayant moins de production de produits, il faut que pour un même produit, il y ait beaucoup plus d'usages.

00:10:45:15 - 00:11:15:13

Donc c'est vrai qu'aujourd'hui on est en train de travailler, notamment avec l'Ademe, mais aussi avec un certain nombre de consultants à chiffrer concrètement ce que ça veut dire si demain vous allez louer un vélo plutôt que de l'acheter pour le garder chez vous. Et donc qu'on ne soit pas simplement dans la logique de dire combien ça coûte de louer par mois ou de louer pour 15 jours, plutôt que de l'acheter, mais aussi combien ça économise potentiellement de tonnes équivalent CO2 ou de kilos équivalent CO2 de pouvoir utiliser un vélo plutôt que de l'acheter.

00:11:15:18 - 00:11:41:02

Et ça, parce qu'effectivement on va travailler sur l'analyse du cycle de vie du produit. Donc ça, c'est un élément très important. Et l'autre élément, c'est qu'on se rend compte que dans la consommation d'une manière générale, de plus en plus, on passe de « j'utilise ou en tout cas j'achète un produit » à « le produit est au cœur de quelque chose de plus riche et de plus grand que le produit lui-même », c'est à dire un service.

00:11:41:16 - 00:12:10:12

Encore une fois j'achète un vélo, mais je n'achète pas un vélo pour posséder un vélo, même si on a le plaisir de posséder un bel objet, j'achète un vélo pour pratiquer du vélo et quand je pratique du vélo, il y a un certain nombre de choses associées à la pratique du vélo qui sont utiles et qui sont des services. Donc on passe de sports à sport as a use ou Sport as a service dans une logique de dire après tout, ce qui m'intéresse, c'est l'usage, parce que j'achète un produit pour pouvoir l'utiliser et pas simplement pour le regarder et m'extasier devant son esthétique.

00:12:10:24 - 00:12:52:05

Et donc c'est vraiment deux notions importantes, moins impactant parce que dans un modèle circulaire, plus d'usages pour moins de produits et également une notion de sport comme un service plus global dans lequel on va autour du produit, proposer un certain nombre de services qui sont soit inclus, soit optionnels et que le client peut activer/désactiver en fonction de son besoin et de sa pratique.

D'une manière générale, être moins, enfin être plus vertueux du point de vue de la planète, donc pour les citoyens que nous sommes, la planète dans laquelle nous vivons, dont nous héritons et que nous allons laisser en héritage

00:12:53:14 - 00:13:23:13

c'est un ensemble de choses. Evidemment c'est éco concevoir les produits avec une plus grande concentration et un plus grand focus sur la manière dont les produits sont faits, les

composants, l'extraction de ces composants, etc. C'est mieux transporter ses produits ou les produire plus proche de l'endroit où ils sont utilisés pour éviter l'empreinte carbone associée au transport de produits massivement produits en Asie, pour pouvoir ensuite venir dans des lieux de pratique en Europe ou ailleurs.

00:13:24:07 - 00:13:49:11

Et c'est un certain nombre d'autres dynamiques, c'est aussi une moindre consommation énergétique de nos magasins, etc. Donc c'est un ensemble de choses, c'est très systémique. Nous aujourd'hui, on est impliqué dans une dynamique plus globale, mais si on zoome un peu plus sur l'économie circulaire parce qu'on est au cœur d'un des éléments qui va permettre à Décathlon d'être plus vertueux, d'atteindre ses objectifs de transition vers moins d'émissions de carbone.

00:13:50:17 - 00:14:16:10

L'économie circulaire, c'est quoi aujourd'hui chez Décathlon ? Je répare des produits, ça fait longtemps que ça existe puisque on a des ateliers dans nos magasins et dans nos entrepôts. Je propose une seconde vie aux produits. Ça fait longtemps que ça existe aussi parce qu'en 1986, on a proposé et inventé le trocathlon : vous ramenez votre produit, vous définissez à combien vous voulez le vendre et quelqu'un vient un peu comme un troc pour ensuite l'acheter et donc vous êtes payé avec un bon d'achat.

00:14:17:07 - 00:14:34:15

C'est vrai qu'on avait une volonté de garder le client un peu captif pour qu'il aille dépenser son argent dans notre magasin, mais on était déjà dans cette logique là et maintenant on a la location qu'est l'usage. Ces trois éléments se conçoivent ensemble à la fois en parallèle, mais aussi de manière complètement imbriquée. On peut réparer des produits sans faire de location.

00:14:35:10 - 00:14:56:10

On peut vendre des produits de seconde vie ou d'occasion sans faire de location. La location, on ne peut pas la faire dans un modèle responsable si on n'a pas la capacité de prolonger la vie des produits, de les réparer, de les faire durer. Et si on n'a pas la capacité de leur offrir une seconde vie qui est légitime et qui est souvent demandée par les clients en disant beh moi, ça m'intéresse parce qu'il est moins cher, parce que je le connais,

00:14:56:10 - 00:15:16:24

c'est celui qui me va. Et donc ça se conçoit ensemble. Donc en zoomant un peu plus sur ce qu'est l'économie circulaire chez Décathlon, effectivement, on a aujourd'hui réparation, seconde vie et location. Et il y a un quatrième pilier de l'économie circulaire qui est effectivement la fin de vie d'un produit, non pas la seconde vie ou la xième vie, mais la fin de vie d'un produit.

00:15:17:10 - 00:15:39:05

Et c'est vrai que l'enjeu de la fin de vie d'un produit, c'est de savoir de quoi un produit est fait pour pouvoir le recycler, le revaloriser. Or, quand vous êtes concepteur vous-même de vos propres produits, vous pouvez savoir exactement quels sont les composants que vous avez utilisés et donc vous pouvez organiser les filières de valorisation de manière beaucoup plus sereine que si vous prenez des produits que vous ne connaissez pas, dont vous connaissez pas la composition initiale.

00:15:39:12 - 00:15:59:19

Donc, on est vraiment bien placé pour mettre en œuvre cette mécanique de l'économie circulaire et je pense à titre personnel, je ne suis pas le seul, mais je pense qu'on porte une responsabilité de le faire, compte tenu de notre taille, compte tenu de notre impact, compte tenu de la force de notre marque, de le faire et de le faire le plus vite possible pour encore une fois atteindre nos objectifs : Plus de sport, plus accessible, avec le moins d'impact possible sur la planète.

00:16:11:07 - 00:16:26:10

En fait, dans la location, il y a plusieurs types de location. Il y a la location qu'on connaît tous quand on est un peu sportif, notamment quand on regarde les sports d'hiver par exemple, ou la grande majorité des gens ne possèdent pas leurs skis ni leurs chaussures de ski, mais les louent dans un magasin ou une fois qu'ils les ont réservés sur Internet.

00:16:27:03 - 00:16:48:17

Ça, c'est ce qu'on va appeler la location courte durée ou la location occasionnelle ou de date à date, généralement, c'est entre 1 h et quinze jours. Et puis vous avez à l'autre extrémité, la location longue durée dans lequel l'engagement est très fort. C'est le marché qu'on connaît bien sur le monde de l'automobile. Donc 24, 36 mois, voire plus, douze mois même parfois.

00:16:49:01 - 00:17:04:09

Donc là on a une notion d'engagement fort et de contrat fort. C'est plus proche du monde du financement. D'ailleurs, c'est toujours très proche du monde du crédit ou de la LOA qui lui, pour le coup, est un crédit. Et puis, au milieu vous avez la location par abonnement mensuel où on essaye d'avoir un peu le meilleur des deux mondes.

00:17:04:09 - 00:17:19:08

C'est à dire ? Je sais que je vais utiliser un produit, mais je ne sais pas combien de temps. Ce n'est pas pour deux ou trois jours, c'est pour plus longtemps, parce que j'ai envie de pratiquer, mais mon usage va changer, mon enfant va grandir, l'hiver va arriver, je vais vouloir passer à un autre sport, donc je n'ai pas envie de m'engager,

00:17:19:08 - 00:17:41:15

je n'ai pas envie de posséder un produit, j'ai pas envie de stocker, j'ai pas envie de l'entretenir, j'ai pas envie de revendre d'occasion. Donc c'est cette forme de location qu'on a privilégiée. A commencer, et c'est effectivement le côté sympa de l'histoire par la location de vélos enfants. Pour la bonne et simple raison qu'un enfant grandit et que par le fait qu'il grandit, la taille du vélo n'est plus adaptée et la pratique du vélo change.

00:17:42:09 - 00:18:02:23

Et donc pour un parent, pour des parents, se dire j'achète un produit pour ensuite devoir le revendre ou le refiler à ma petite sœur, à mon petit frère qui est content mais qui fait un peu la tête parce que c'est pas que le vélo, c'est aussi le sweat shirt, le pantalon, etc, c'est une bonne manière de dire aux parents profitez d'un produit parfaitement adapté à l'usage et

00:18:02:23 - 00:18:20:06

dès que vous en avez plus envie, besoin ou que les choses changent dans votre vie, c'est pas compliqué, vous ramenez à Décathlon et c'est terminé pour vous, il n'y a pas d'engagement, c'est vous qui décidez en fait. Donc, on a commencé par le vélo enfant et oui c'est un petit clin d'œil. On commence par le vélo enfant qui est un peu le produit iconique sportif qu'on connaît

00:18:20:06 - 00:18:48:10

chez Décathlon, on est leader mondial du vélo enfant. Commencer par le vélo enfant pour ensuite offrir de l'économie de l'usage sur des produits sportifs c'est plutôt sympa.

Chez Décathlon on aime bien tester, on aime bien tester très vite, voir comment ça réagit, comment ça réagit pour nos clients, comment ça réagit pour nos vendeurs, comment ça réagit pour l'ensemble des acteurs qui sont impliqués dans cette économie circulaire.

00:18:48:10 - 00:19:14:00

Et comme son nom l'indique, elle est circulaire donc elle est un peu complexe parce que elle amène à faire les choses différemment de ce qu'on a l'habitude de faire d'habitude qui est très linéaire : On fait des produits, on les amène dans les magasins, les gens payent et ils partent avec. Et donc on a commencé par cinq magasins à Bordeaux, pour voir un peu comment les clients réagissaient devant le balisage, dans les linéaires de nos magasins, et découvrait le fait qu'il y avait un prix de vente et un prix de loyer mensuel et donc ils interpellaient les vendeurs,

00:19:14:03 - 00:19:36:19

et pourquoi ? Comment ? Quelle est l'histoire ? Pourquoi vous le faites ? Quel est mon intérêt ? Etc. Donc on a testé. Bien entendu on avait déjà testé aussi pendant deux ans en mode POC : proof of concept. Je prends un truc, je le jette parce que je sais que je ne vais

pas m'en servir. Et ça nous a permis d'affiner nos hypothèses, d'affiner l'expérience client ou l'expérience utilisateur qu'on voulait proposer à nos clients, à nos utilisateurs.

00:19:37:03 - 00:19:54:18

Et puis, progressivement, ça s'est déployé. Donc aujourd'hui, on est dans les 330 magasins français. On va être sur tous les vélos très prochainement, sur des matériels de fitness, sur du matériel de golf. On va ouvrir dans les pays, en Europe d'abord et ensuite dans d'autres pays du monde. On va commencer par l'Espagne cet été, la Belgique, la Pologne et d'autres pays.

00:19:55:00 - 00:20:14:19

Donc on est partis. Mais ça a commencé effectivement par un tout premier magasin, puis ensuite trois, puis ensuite cinq, avec non pas ce qu'on appelle un POC, mais un MVP most viable product. Donc quelque chose qui ressemble à ce que serait une solution industrielle, mais qui va progressivement évoluer en fonction des besoins. Et là, ça y est, c'est parti.

00:20:15:00 - 00:20:42:19

Décathlon propose de la location courte durée. Vous avez des magasins à Lyon qui en ce moment font de la location de matériel sportif, des tentes, des skis, des luges, des raquettes à neige, des bâtons, des chaussures, etc. Et cet été, ils loueront des canoë kayak, des stands de paddle, des surfs, des vélos. Mais ça reste encore aujourd'hui un peu à l'étape de test et surtout, on sait que

00:20:42:19 - 00:21:08:09

la location est souvent liée, pour le sport, je parle bien pour le sport. Elle est souvent liée à une pratique sportive à un moment donné intense, un pic, souvent les vacances, vacances d'hiver, vacances d'été dans un lieu donné. Et donc quand on a par exemple, comme en France, 330 magasins qui maillent tout le territoire, il y a certains magasins qui seront éligibles à louer des stand up paddles au mois de juillet, celui de La Teste, près de Bordeaux

00:21:08:16 - 00:21:28:10

vraisemblablement, il le fera facilement parce qu'il est au bord de l'eau et qu'il a une offre qui lui permet de faire. Encore une fois celui du Stade de France en Seine-Saint-Denis, il n'aura pas beaucoup de stand up paddles au mois d'octobre. Donc la location courte durée est quand même très liée à un endroit où le sport se pratique et à une saisonnalité.

00:21:28:20 - 00:22:02:06

Et donc, est ce que c'est un business durable, permanent, mondial, comme l'est aujourd'hui le fait de vendre des produits sportifs ? La réponse est non. Donc on le teste et on essaye de lui donner sa place, son complément avec les autres formes de location. Mais l'équation est un peu plus compliquée à trouver. Et puis, si vous êtes sur un pays très continental ou un

pays très au bord de mer, avec une côte très étendue et une pratique touristique très étendue dans le temps, la réponse ne sera pas la même donc

00:22:02:10 - 00:22:37:23

il faudra qu'on soit capable aussi d'offrir au pays la capacité de construire son offre de location dont la courte durée fera partie, mais qui n'est pas aujourd'hui aussi facile à répliquer que la location par abonnement.

Si je prends cet exemple de la location mensuelle d'un vélo enfant avec un engagement minimum de trois mois, et après on fait ce qu'on veut puisqu'en l'occurrence c'est : je m'engage pour trois mois et j'ai des services qui sont inclus, le service casse, etc.

00:22:38:16 - 00:23:14:04

On le fait parce que parce que ça rend service aux clients de ne pas avoir à payer tout d'un coup un produit, je ne vais pas vous dire ce que j'ai déjà dit. On le fait parce que ça a un impact qu'on est en train de mesurer puisqu'il y aura plus d'usage pour moins de produits. Par contre, on sait très bien qu'à partir du moment où on communique sur ce que ça apporte réellement, il faut qu'on ait, pour reprendre une expression de mon âge, les reins solides. Parce que sinon, on va vous expliquer que vous n'avez pas pris en compte tous les éléments d'un scénario de référence pour pouvoir calculer l'impact réel de cette expérience par rapport à

00:23:14:04 - 00:23:43:05

une expérience de référence, etc. C'est quelque chose qu'on prend au sérieux de manière responsable, on travaille, on est engagés dans un processus de chiffrage et de caractérisation de l'impact avec une entreprise qui s'appelle l'Ademe qui va nous donner cette caution là pour pouvoir ensuite le communiquer. Mais c'est vrai qu'aujourd'hui ce qu'on constate c'est que les gens, quand ils viennent dans nos linéaires ou quand ils regardent sur le web, la première chose qu'ils regardent, c'est quand même le prix et la première accessibilité c'est le fait d'avoir un prix accessible.

00:23:44:09 - 00:24:03:12

Si vous pouvez plutôt que dépenser 200 € payés pendant trois mois et peut être quatre ou cinq, un loyer de 10 €. Vraisemblablement, vous allez vous dire je préfère faire ça plutôt que tout de suite dépenser 200 €. Et puis si ça se trouve, je ne sais pas ce qui va se passer derrière. Donc le vecteur aujourd'hui où le moteur aujourd'hui

00:24:03:13 - 00:24:28:16

des raisons pour laquelle les gens vont vers la location, c'est quand même d'abord et avant tout le prix. Quand on sera capable de communiquer réellement ce que ça a comme impact et qu'on sera capable de le dire en étant assuré sur nos bases parce qu'on l'aura fait avec des gens qui sont sérieux et qui donneront de la crédibilité à ces études, on le

communiquera et j'allais dire que celui qui vient chercher du prix, il trouvera du prix, celui qui vient chercher de la vertu environnementale en trouvera ,celui qui vient chercher les deux en trouvera aussi, mais on le fera qu'à partir du moment où on aura caractérisé ça. Donc on est dans cette transformation de la consommation qui est en train de s'opérer. Nous, on veut lui donner une visibilité, une tangibilité. Mais on sait qu'on n'ira pas plus vite que la musique et que c'est une transformation sociétale d'abord et avant tout.

00:24:48:11 - 00:25:06:07

Donc on veut y participer à notre juste niveau, avec ambition, dynamique mais humilité. Et par contre, on sait aussi que les gens aujourd'hui, d'autant plus que les matières premières augmentent, d'autant plus que le pouvoir d'achat est une vraie question, ils sont très sensibles à ne payer que ce qu'ils ont besoin de payer pour pouvoir faire ce qu'ils veulent faire. Ça y répond.

00:25:07:02 - 00:25:35:23

Je ne suis pas quelqu'un qui passe son temps à louer et à être dans l'économie de l'usage en permanence. Et en tout cas, j'assume le côté de l'analyse financière ou en tout cas de l'intérêt financier de ce que représente tel ou tel choix de consommation que je vais faire, et c'est peut-être lié aussi à ma génération et à mon approche des choses.

00:25:37:14 - 00:26:01:02

Et donc, il y a certains sujets sur lesquels aujourd'hui je suis plus enclin à acheter des produits de seconde vie, notamment des produits chers comme des voitures ou autre chose, parce que on se rend compte que de les acheter neufs, on surpaye un peu la réelle valeur qu'on va retrouver quand on achète un produit, une voiture aujourd'hui qui est bien entretenue et qu'en un an elle est quasiment au même état d'usage et esthétique qu'une voiture neuve

00:26:01:02 - 00:26:27:12

et pourtant, elle vaut entre 25 et 30 % moins cher voire même plus parfois. Donc moi je suis quelqu'un qui achète beaucoup en seconde vie. Mes filles sont des pratiquantes de Vinted en permanence. On est sur le boncoin pour vendre et pour acheter, donc on est plutôt on aime bien cette mode là. La location, je le fais effectivement souvent en location de produits sportifs en vacances, mais je ne suis pas encore quelqu'un qui a basculé dans la location par abonnement mensuel parce qu'il y avait pas d'offre en fait.

00:26:28:12 - 00:26:48:03

Et donc je suis très heureux de les créer. Ce que je disais la dernière fois, je pense que, moi je pratique le vélo de route, je pratique pas mal le sport. Le vélo de route à Lille l'hiver, c'est parfois un peu contraignant parce qu'il fait froid, c'est humide, ça glisse, c'est dangereux. Donc on fait ce qu'on appelle du home trainer, donc on met notre vélo sur une machine et puis on s'entraîne à la maison.

00:26:48:24 - 00:27:10:08

Et donc typiquement, la saison prochaine, on proposera des home trainer en location mensuelle à partir du mois de septembre / octobre vous pourrez en prendre un pour un mois, deux mois, trois mois, quatre mois, cinq mois, comme vous voulez. Et je serai client de l'offre sur le home trainer évidemment. De la même manière que mon épouse qui aujourd'hui veut reprendre une activité sportive et notamment par rapport à la course sur des tapis de course

00:27:10:18 - 00:27:26:07

on a pas du tout envie d'avoir un tapis de course qui trône dans le salon et qui est là ad vitam eternam jusqu'à ce qu'il passe du salon à la salle qui est moins chauffée, de la salle qui est moins chauffée à la remise et de la remise à la Boncoin ou à la benne. Donc on a envie de se dire tant qu'on en aura besoin, tant qu'on en aura envie

00:27:26:07 - 00:27:58:00

on l'utilisera. Quand on n'en a plus besoin, on le rendra et ça sera utilisé par d'autres. Et c'est super parce que nous on passera à autre chose.

Ce que j'ai juste envie de dire, c'est enthousiasmez vous à faire du sport parce que c'est quand même vraiment quelque chose de génial. Et si en plus, nous, on peut donner un peu plus d'accessibilité au sport à travers bien sûr, nos produits, nos services, mais aussi à travers ces nouvelles formes de consommation, allez y, profitez et surtout, faites nous les cadeaux de nous dire ce qui ne va pas bien et ce qui va bien.

00:27:58:15 - 00:28:12:18

Nous, ce qu'on aime bien dans cette démarche là, c'est que le seul engagement, c'est celui de la satisfaction de nos clients. S'ils ne sont pas satisfaits, ils s'en vont et ils ont bien raison. Et donc ils vont nous faire progresser pour ça. C'est la grande vertu que je trouve d'ailleurs, notamment par rapport à la location sans engagement, par rapport à la location avec engagement. C'est que je ne suis pas bloqué par un contrat. Je ne suis bloqué que par le plaisir que j'ai de continuer à payer tous les mois pour utiliser mon service. Et si je n'en ai plus envie ? Et si ça ne marche pas ? Ciao, bye bye ! Soyez utilisateurs et clients de ces offres dès qu'on les proposera et régalez vous

00:28:26:10 - 00:28:27:23

À faire du sport, le sport ça fait du bien.