

Bonjour On The Way, je suis Thomas Koell, le co-fondateur de Les Biens en Commun. Les Biens en Commun, c'est un service de location d'équipements du quotidien. Ça permet d'avoir une alternative plus durable en choisissant de louer ces équipements pour quelques heures ou une journée, plutôt que de les acheter. Et donc c'est un choix qui est à la fois plus économique, plus pratique et plus durable.

Le début du parcours, il est assez atypique par rapport à ce que je fais aujourd'hui puisque j'ai une passion d'enfance - alors 'passion', le mot est un peu fort - pour l'automobile. J'ai fait des études de commerce et à la fin de mes études, j'ai pu travailler dans le secteur qui m'attirait. J'ai pu travailler pour des marques allemandes prestigieuses, pour Porsche et pour BMW en Allemagne.

Et je suis revenu en France et là, j'ai réussi à travailler à la fois dans l'automobile et dans une start-up qui s'appelle Aramis Auto, Aramis Groupe aujourd'hui, qui est un groupe présent dans plusieurs pays en France. Donc ça allait à la fois l'automobile et l'esprit entrepreneurial.

Onze ans qui passent très vite chez Aramis où je n'ai pas trop le temps de me poser de questions. Il y a tout le temps des projets, ça bouge énormément. Après, je suis devenu papa de deux enfants, donc ça, ça aide beaucoup. C'est un classique du genre. Deuxième classique du genre, il y a la période du Covid, qui laisse du temps, qui amène à se poser des questions. Et le choc des deux.

Puis je venais de passer la trentaine. Donc je me dis « Bon, là, j'ai envie à la fois d'entreprendre et si j'entreprends du coup, sur quoi je travaille ? » Je savais que je voulais changer. Et du coup, de quoi mes enfants vont être fiers dans dix ans ?

C'est un driver de motivation qui est important chez moi. J'ai fait une rencontre avec mon associé-fondateur des Biens en Commun, Yann Lemoine, qui m'a permis d'accélérer énormément sur les sujets de compréhension, de transition écologique, les enjeux, les limites planétaires.

Et donc cette rencontre-là a permis vraiment de me mettre en mouvement et de me lancer à ses côtés.

Quand j'ai quitté Aramis Auto, je n'avais pas de projet derrière, si ce n'est la volonté d'entreprendre. Donc volonté d'une part, et certitude que je n'allais pas le faire seul, que je ne pouvais pas, je ne me voyais pas le faire seul. Assez conscient que je cherchais quelqu'un qui est beaucoup dans l'idée, dans la projection, moi-même étant vraiment très sur l'action, le mouvement, le besoin d'agir.

Et donc je suis parti un peu comme si on cherchait sa compagne. Faire pas mal de rencontres et au gré des événements ; il y a beaucoup d'événements de networking autour de l'entrepreneuriat et notamment par mon ancienne école, on m'a présenté Yann. Lui, il s'avère qu'il était aussi en recherche d'un associé à ce moment-là, mais il était quand même assez surpris du profil.

On fait tous la même chose : quand je l'ai contacté, il a regardé mon LinkedIn et donc il n'a pas tout de suite compris ce que je lui voulais. Donc on a fait une première rencontre où on est reparti, je pense tous les deux, en se posant beaucoup de questions sur l'autre parce qu'on a des trajectoires très différentes, des parcours très différents.

Lui, il est ingénieur, il a fait l'Agro. Mais par contre, avec beaucoup de curiosité sur le parcours de l'autre et surtout on voyait beaucoup de complémentarité. Donc ça a matché assez vite et on s'est lancé. On n'a pas tergiversé sur des sujets de pacte au début, on avait envie de travailler ensemble, envie de travailler sur le projet et donc on a formalisé ça par la suite.

L'idée vient de Yann effectivement. Et ce qui m'a séduit dans l'idée, c'est son bon sens. C'est le bon sens de l'idée derrière de se dire « mais pourquoi acheter des équipements qui valent cher, qui prennent de la place dans mon appartement alors que je les utilise 1 à 2 fois par an ? ». L'idée d'origine allait un peu autour du concept des vélos en libre partage, du covoiturage, de toutes les innovations d'usage qui ont permis de faire comprendre qu'il y a des alternatives sans devoir renoncer à grand-chose.

En fait, c'est juste on change la façon dont on consomme l'objet, le service. Et donc c'est cette idée-là, moi, qui m'a séduit chez Yann et la projection de l'idée. Et surtout de voir, et là c'est plutôt mon côté dans l'action, tous les cas d'application qu'on avait et le potentiel immense de développement de cette idée qu'on est en train de développer aujourd'hui, dans différents cas d'usage.

De l'idée à l'exécution, il y a un monde.

Et il y avait pas mal de freins à lever. Quand on se dit « Comment on amène ça au plus près de la vie des gens ? » C'était important pour nous d'être dans la vie, dans le quotidien des Français, parce que c'est un des freins en fait. C'est que si c'est compliqué, si c'est loin de chez soi, si ce n'est pas les horaires qu'on a, ce n'est pas pratique.

Et donc assez rapidement, l'idée s'est tournée autour des casiers. Et d'ailleurs, il y avait déjà un prototype que Yann avait fait, où on disait « ces casiers-là, ils peuvent être au plus près de la vie des gens ». Et au plus près de la vie des gens, c'est d'abord là où ils habitent, dans leur lieu d'habitation.

Et donc pendant pas mal de temps, on a travaillé sur les lieux d'habitation et on a commencé par, entre guillemets, les personnes qui étaient les plus appétentes pour tester rapidement le concept : ce sont les étudiants. Parce qu'ils sont déjà dans cette mouvance, la notion de partage leur parle, une application sur le téléphone, des casiers connectés, tout ça ce sont des choses qu'ils connaissent. Et donc ils ont adopté très vite le service et on a vu qu'il y avait un vrai intérêt.

Mais en le faisant, on a vu que l'intérêt, il allait au-delà des étudiants et que quand on change les équipements, on intéresse beaucoup de monde. Quand on ouvre des univers comme le bricolage, le jardinage, le loisir, c'est un service qui s'adresse à une très grande partie de la population. Et après on a itéré, on a essuyé les plâtres, on a mis des équipements qui ne sont pas loués, on a mis des équipements qui sont loués mais qui étaient trop compliqués à entretenir parce que c'est nous qui maintenant en condition aussi les équipements.

On gère la qualité du service. Et donc par petites touches successives, on arrive à aujourd'hui des connaissances sur des équipements qui fonctionnent bien : « Quel est le bon niveau de prix ? » « Où est ce qu'il faut les mettre ? » « Dans quels lieux on les met ? » Puisqu'aujourd'hui Les Biens en Commun, on est présent dans des immeubles d'habitation, dans des commerces de proximité et dans des grandes entreprises.

Et donc à chaque fois, on adapte notre offre. Et ça, on la fait au gré des évolutions et de ce qu'on a appris en échangeant beaucoup avec les utilisateurs.

S'inscrire sur Les Biens en Commun, c'est complètement gratuit. Donc quand on a Les Biens en Commun, dans sa résidence, dans son entreprise ou dans un commerce de proximité, on s'inscrit, on crée un compte et ensuite on peut voir les produits. Ça, c'est un point important qu'on a voulu adresser très tôt. Nous, on a fait un service qui est tout intégré, qui est clé en main. Parce qu'il y avait déjà des applications parfois de partage entre personnes.

Et donc je prête mon objet ou je te loue mon objet, tu payes, etc. Mais ça ne décolle pas aussi vite que nous aussi on aimeraient, parce qu'on est pour le partage, mais parce qu'il y a pas mal de freins. « Qu'est ce qui se passe si je le casse ? » « Moi je n'ai peut-être pas envie de te prêter ou te louer le mien ».

« Je n'ai peut-être pas non plus envie d'aller chez toi pour le récupérer. » Et donc on a, nous, développé un service qui est tout en un. C'est à dire que les produits qui sont dans les casiers Les Biens en Commun, qui sont stockés de manière sécurisée dans les casiers, sont nos produits. On les source via des partenaires.

Très tôt, on s'est entouré de grands partenaires le groupe Seb, Karcher, Stihl, Bosch, Boulanger... Avec qui on travaille et chez qui on peut源源术 des équipements assez haut de gamme, durables, réparables pour coller à la philosophie du projet. Et donc une fois que tu es inscrit sur l'application, tu peux effectivement réserver des équipements, voir leurs disponibilités en temps réel.

En quelques clics, t'assurer que quand tu vas aller faire tes courses ou quand tu quittes le bureau à 17 h 30 vendredi, et bien l'équipement que tu as réservé, il est réservé pour toi. Il est loué. Tu déverrouille le casier de manière très simple. Aujourd'hui, beaucoup de gens ont retiré des colis dans des casiers connectés. C'est le même fonctionnement. C'est extrêmement simple. Et je récupère dedans mon équipement, un sac de transport, tous les accessoires.

Et puis en fait, j'ai plus qu'à profiter de l'équipement à ce moment-là, et le rendre à temps. Alors il y a des choses qui sont évidentes quand on est dans certains univers, les étudiants, bon voilà, l'aspirateur, ce n'était pas une surprise qu'ils allaient beaucoup le louer. Ça fonctionne. Mais quand on a commencé à travailler, notamment avec l'enseigne Franprix dans des commerces de proximité. Les premiers produits,

rapidement on a changé et on a écouté les utilisateurs. Et là, il y avait des produits qui ressortaient qu'on ne connaissait pas forcément nous : la shampooineuse de canapé. Aujourd'hui, elle fait partie des produits les plus loués. Ça peut être le vidéoprojecteur, qui est un produit assez demandé. La perceuse : excellent exemple aussi. Pas mal de statistiques qui ont été partagées sur la perceuse, notamment l'Adème.

Une perceuse est produite, transportée, empaquetée... Imaginez tout le bilan d'une perceuse, pour n'être utilisée parfois que douze minutes dans sa vie. Donc c'est un des équipements les plus loués chez nous. Et donc on les écoute, on les teste et assez rapidement du coup, on sait si les produits fonctionnent. Nouer les partenariats avec les groupes qui nous fournissent les produits, c'était un peu contre-intuitif au départ.

On peut se dire « Bah non, mais eux ils n'ont pas forcément intérêt à travailler avec nous, ils ont intérêt à vendre. À vendre dans le modèle qui est un peu le modèle classique qu'on a connu jusqu'à présent. Si ce n'est que tous se posent des questions. Et plus que se poser des questions : tous ont des initiatives en cours, tous sont en train de se diriger vers d'autres modèles.

Et le modèle de la location est un modèle bien connu. Moi, dans l'automobile, je le connaissais bien : une grande partie des flottes automobiles sont en location. Mais tous se questionnent là-dessus : sur l'économie de la fonctionnalité et donc, innovent. Mais quand tu as une entreprise qui arrive comme nous, qui a du temps, de l'énergie, envie de travailler avec toi, c'est aussi une façon quelque part d'externaliser un peu de la recherche et développement, d'apprendre à ses côtés et nous soutenir.

Au début, c'est un petit pas pour eux, mais ça leur permet déjà de s'associer aussi à l'initiative qu'on porte, aux valeurs de l'entreprise. On est une entreprise de l'économie sociale et solidaire. On porte un projet avec une mission d'impact environnemental qui est forte. Donc il y a toute cette trajectoire dans laquelle ils s'inscrivent. Et bien sûr qu'ils sont curieux des résultats, de « qu'est-ce qui se louent ? »

« quelle population loue ? », « où est ce qu'on loue ? », « à quel prix on loue ? » Donc il y a toute cette partie découverte qui les intéresse beaucoup et qui fait aussi qu'on a réussi à nouer ces partenariats. Et pour eux, c'est évidemment en termes d'image, c'est apporter ces produits. On est quelque part un moyen d'apporter des produits au plus près de des consommateurs, dans un modèle de location et dans un modèle un peu feel good affinitaire, où tu sais que tu vas mettre tes produits dans des casiers qui ont des valeurs derrière. Et donc tu bénéficies quelque part un peu aussi de cette image et de la mise en avant de tes produits.

La question autour de la qualité des produits, leur entretien, l'état dans lequel je le trouve, elle est fondamentale. Elle est là depuis le début. Elle sera, je pense, toujours là dans le modèle et donc nous on travaille beaucoup dessus. Il y a plusieurs façons de l'aborder. Donc on a effectivement travaillé avec les partenaires sur le choix des produits. Je donne un exemple parfois, qui semblait bon sur le papier, qui est l'extracteur de jus.

Nous, on l'a testé, il y a eu des locations. Par contre, c'est un équipement qui est assez dur moi je trouve, pour l'avoir testé aussi, à nettoyer. Et donc dans notre modèle de partage, où il n'y a pas des contrôles systématiques après chaque location, c'est un équipement qui est plus complexe à gérer. Donc c'est un équipement qu'on ne propose plus aujourd'hui.

A contrario, on peut proposer des équipements de bricolage ou même de convivialité de soirées entre amis, qui sont assez faciles à nettoyer. Donc on choisit les produits en conséquence. Quand je disais durable et réparable, c'est que, pour donner un autre exemple, avec Bosch, on va travailler sur les gammes plutôt pros, sur des équipements qui ont des durées de vie qui peuvent être sollicitées de manière assez intense.

Quand bien même, nous ce sont des particuliers la plupart du temps qui les louent. Et puis après, il y a toute la partie communautaire. Les Biens en Commun, c'est une communauté et je pense que ça joue beaucoup. Contrairement à des services où les images qu'on peut avoir en tête, de trottinette ou de vélo, qui malheureusement ont pris des bains dans la Seine ou dans le Rhône, qu'ils n'avaient pas souhaités.

On est quand même dans des lieux fermés, des entreprises. Alors c'est vrai, on est dans des commerces. Le commerce, effectivement, il faut accéder dedans. Il y a un casier, il faut créer un compte. Potentiellement, sur certains sites, il y a une empreinte bancaire à laisser. Il y a pas mal aussi de moyens qui sont là pour, quelque part, mettre des barrières.

Donc c'est vraiment un juste mélange entre le sens qu'on donne, l'animation de la communauté et des moyens techniques de contrôler. Et évidemment une présence sur site : on passe sur nos sites pour vérifier nos équipements, prolonger leur durée de vie, les entretenir et éventuellement les remplacer s'il y a des soucis dessus. La crainte au début et parfois, on s'est entendu dire « Votre service peut marcher, mais pas en France.

Allez dans des pays scandinaves où les gens sont peut-être plus respectueux du bien commun. » Et donc on avait à cœur de montrer que non, ça marche aussi en France. Et effectivement, aujourd'hui, sur plusieurs milliers de locations, on n'a pas de vol, on n'a pas de dégradation volontaire. Quand les gens abîment ou ont un doute, spontanément ils contactent souvent le support, la ligne support, pour nous informer.

Et nous, ça nous facilite évidemment grandement la gestion. Et donc ça, c'est une vraie victoire et on la travaille au quotidien. Et donc bien sûr que c'est parce qu'ils se disent : « Je suis dans mon entreprise, je n'ai pas envie de nuire au bien d'autrui, à mon collègue qui va louer. D'ailleurs, ça se trouve, c'est moi qui l'ai parrainé sur l'application donc si

c'est pour qu'après il trouve un équipement pas dans l'état qu'il veut. » Et puis par ailleurs, de manière un peu égoïste, nous, le Biens en Commun s'inscrit dans ta vie. Donc à partir du moment où tu commences à louer chez nous, normalement, et c'est ce qu'on voit aujourd'hui, les gens relouent chez nous. Donc c'est peut-être toi qui vas utiliser la prochaine fois l'équipement, donc tu ne vas pas abîmer quelque chose que toi-même tu vas utiliser d'ici quelques semaines.

Notre connaissance des utilisateurs, elle progresse de semaine en semaine, de mois en mois. Aujourd'hui, on est surtout présent dans des milieux citadins, dans des grandes agglomérations, dans des entreprises et des commerces. On a des utilisateurs qui sont majoritairement des femmes, plutôt jeunes. On est toujours présents chez les étudiants, mais aujourd'hui, on adresse vraiment des cibles d'âge beaucoup plus larges. Et la limite, elle va se faire peut-être à deux points. Et notamment pour avoir passé du temps, moi, dans des magasins ou en discutant avec des personnes, elle se fait parfois sur l'aisance à utiliser son smartphone pour réserver tout le parcours et se dire qu'on va récupérer dans un casier connecté, sans parler à personne. Donc le frein, il est parfois là.

Et puis, il peut y avoir un deuxième frein que les personnes ont : ils ont besoin que ce soit très proche de chez eux. Et donc nous, on a besoin de grandir rapidement. Aujourd'hui, notre communauté, on la fait grandir sur les réseaux sociaux, mais on a besoin de se rapprocher d'elle. Dit autrement, on a beaucoup de gens qui s'inscrivent à l'application et qu'on cherche à faire rejoindre la communauté et quand on parle avec eux, c'est un des enjeux, c'est d'être plus proche de chez eux. C'est aussi pour ça qu'on cherche à déployer massivement le service. Parce que c'est un des freins à l'usage, c'est « faut être proche de chez moi » et donc on y travaille activement. La question revient souvent et nous, évidemment quand tu crées une boîte dans l'économie sociale et solidaire avec la mission qu'on a, on te questionne très vite sur ton impact.

Donc dans un premier temps, ce qu'on a fait, ce sont des analyses de cycle de vie, mais elles sont basées sur des hypothèses. Quand tu es tout petit, tu n'as pas les mesures, les statistiques. Mais par contre, elles te permettent quand même de valider que tu vas dans la bonne direction. J'ai parlé beaucoup de bon sens au début, mais on donne par exemple, l'exemple dans le résidentiel : ça peut être un immeuble, 80 appartements, c'est 80 aspirateurs, quasiment le taux d'équipement en France, mais c'est peut-être aussi 60 perceuses.

Une entreprise où il y a 1500 collaborateurs, c'est peut-être 300 perceuses. Imagine ce même bâtiment, cette même entreprise dans dix ans, avec sept, huit, dix fois moins, parce que ce sont les facteurs qu'on peut atteindre largement, d'équipement produits. L'impact est énorme. C'est du bon sens, mais on est allé le valider par des analyses de cycle de vie et donc évidemment, il faudra l'éprouver dans la durée.

Et donc la question de « Est-ce qu'on communique auprès de nos utilisateurs aujourd'hui sur le gain de CO₂ ou même le gain financier qu'ils ont alloué ? » Non, pas encore. J'ai dit aussi au début que mon associé est ingénieur, donc on est très prudent sur ce qu'on fait avec ça. On sait que le projet va dans le bon sens.

On est très transparents sur nos valeurs mais on ne peut pas annoncer des choses qu'on ne mesure pas bien, donc on travaille actuellement dessus. Mais je pense qu'assez prochainement, oui, on devrait avoir, en tout cas, des ordres de grandeur, des choses à partager sur les gains financiers, les gains de place et les gains, évidemment, en impact CO2. Alors on parle beaucoup du CO2, mais quand on produit une perceuse, il y a évidemment énormément d'autres ressources dedans qu'on peut optimiser quand on en produit moins.

La question du modèle économique de l'entreprise, elle s'est posée assez tôt. Et moi dans les choses qui m'ont séduit dans le projet aussi, c'est la complexité du projet. Moi j'apprécie en tout cas de travailler sur un projet difficile. Difficile, pourquoi ? Parce qu'effectivement, on a des casiers à déployer, à financer, des équipements à financer aussi, à maintenir, à entretenir...

Et donc trouver l'équation économique, c'est évidemment fondamental. Sinon on aura zéro impact si on n'est plus là pour l'assurer dans les années qui viennent. Et donc, il y avait différents modèles qui se présentaient à nous. Et ce qu'on a compris assez tôt, c'est que la création de valeur, ce qu'on crée pour les utilisateurs, on crée aussi énormément de valeur pour les lieux où on déploie le service.

Et donc ça veut dire que ça nous a ouvert la possibilité d'avoir deux sources de financement dans notre modèle économique. Le modèle ne repose pas uniquement sur la perceuse que tu loues 10 €, sinon c'est quand même très compliqué. Mais effectivement, quand on est présent dans un immeuble, dans une entreprise ou dans un commerce, il y a également des revenus qui viennent du lieu.

Pourquoi ? Parce que lui, il a envie de proposer ça, soit pour se différencier, pour attirer, retenir des collaborateurs, montrer son engagement RSE aussi. On en a de plus en plus, notamment dans les comptes Entreprise. Et donc, on a deux sources de revenus, ce qui permet une forme de stabilité et qui permet aussi de rendre ce service extrêmement accessible.

Ce n'est pas un service qu'on voulait élitiste. J'ai dit qu'on était présent dans les grandes agglomérations mais la vision à terme, c'est que vous ayez une option de location Les Biens en Commun à moins de dix ou quinze minutes près de chez vous, à peu près partout en France. Et donc pour ça, il fallait ce modèle économique qui nous permet d'avoir des tarifs de location finaux aux utilisateurs, qui ne soient pas trop élevés.

Et aujourd'hui, dans nos mesures, on est perçu vraiment comme un bon plan. On essaie de donner vraiment des prix d'accès sur tous les produits. Alors il y a des produits où ça ne s'y prête pas, parce que le produit, il va falloir le rincer puis laisser sécher ou refroidir. Enfin voilà, il y a différents produits. Mais on essaie toujours de proposer des prix d'accès, les premiers prix démarrent en dessous de 10 €. Et même quand on est dans des univers résidentiels, ça peut même être beaucoup moins que ça. Quand on parlait des étudiants au début, les étudiants parfois louent pour 1,50 € / 2 € des équipements très peu de temps. L'application Les Biens en Commun, c'est une pierre angulaire du

dispositif parce qu'elle est là justement pour faciliter l'expérience de location, permettre une réservation rapide, visualiser les produits.

Donc on travaille dessus dès le début. Au début on n'en était pas propriétaire, donc on a itéré et aujourd'hui on est propriétaire. Ce qui fait que Les Biens en Commun, c'est une entreprise où il y a des opérations, mais il y a aussi de la technologie, pas mal de technologie et on construit à chaque fois. Et donc ça c'est effectivement un facteur différenciant très important pour nous et donc on travaille dessus.

Et cette application, dans un premier lieu, on s'est attelé à ce qu'elle permette de réserver très vite et voir très vite les produits et leur disponibilité, en temps réel. Et aujourd'hui, elle évolue. Elle évolue, pourquoi ? Elle évolue pour répondre en fait à la tendance qu'on observe. Et la tendance, c'est que de plus en plus de gens cherchent des options de location autour de chez eux et donc on développe des points publics.

J'ai parlé de commerçants, j'en ai cité certains tout à l'heure. Il y en a d'autres avec qui on est en train de lancer, notamment des entreprises du groupe Casino. Mais on a aussi fait un premier Super U. Et donc là, à ce moment-là, plus on va ouvrir de magasin comme ça, plus il faut qu'on permette aux utilisateurs de se dire « Tiens, mais ma ville, en fait, c'est une forme de grenier dans lequel j'ai des ressources et dans l'application Les Biens en Commun, d'ici quelques semaines, on pourra localiser, géolocaliser des produits, voir leur dispo en temps réel. » Et là c'est beaucoup plus facile. Quand tu es dans ton canapé, tu dis « Ah ce fameux trou dans le mur porteur où il me faut une perceuse à percussion ? En fait, à 650 mètres de chez moi, j'en ai une et je peux la réserver pour vendredi pour 10 €. »

L'action, elle est beaucoup plus simple. Toutes les barrières tombent et tu vas tester. Et puis après tester, c'est l'essayer évidemment ; ça c'est notre travail derrière. Quand on teste Les Biens en Commun aujourd'hui, on a un taux de satisfaction qui est très élevé : 97 % des gens nous recommandent. Alors on est encore jeune, faudra l'éprouver dans la durée. Mais on teste, on apprécie, on revient, on reloue l'équipement et puis petit à petit, on commence et c'est la vertu du projet.

On commence à louer d'autres équipements, on teste d'autres gammes. Et nous, parfois, on s'interroge auprès d'utilisateurs qu'on voit réguliers, mais qu'on voit ne jamais louer certaines choses. Et quand on parle avec eux, ils nous disent « oui, mais ça je l'ai aujourd'hui ». Ok, très bien. Bien sûr, si vous l'avez, vous n'allez pas le louer. Mais qu'est-ce vous allez faire demain quand il va casser ?

Ah bah là, évidemment, je basculerais chez vous. Et c'est là où l'impact, il va progresser au fil du temps. On est quand même sur un projet de temps long, mais on sait qu'on est dans la bonne direction et que petit à petit, les gens y viennent et les gens restent. Et les gens diversifient leurs usages chez nous.

Donc Les Biens en Commun, c'est deux premières années où on a pas mal passé de temps sur le résidentiel et donc on avait ouvert une vingtaine de sites, donc deux bâtiments équipés. Derrière, on s'est plutôt recentré aujourd'hui, donc sur les

commerces et les grandes entreprises, notamment pour une raison de taille critique : plus il y a de gens en un même lieu ou en un même quartier, plus on a de potentiel pour mutualiser, plus nous aussi on peut trouver un modèle économique et viable et plus on aura d'impact. Donc ça, c'est effectivement assez important. À un moment donné s'est posé la question des gares. Ce sont des lieux de passage. Aujourd'hui, on n'a pas de projet très concret là-dessus. J'ai eu parfois des échanges. Il y a des sujets de flux, de normes de sécurité.

C'est un univers qui est complexe, que je ne connais pas encore très bien. Et on a vu que dans l'univers de la grande distribution, on pouvait développer le service beaucoup plus rapidement. C'est beaucoup plus simple. Puis quand on veut être dans les parcours de vie, bien sûr, la gare en est un mais là où tu fais tes courses aussi. Depuis qu'on a fait ce virage-là, qu'on a changé un peu aussi le modèle économique, notre offre : là, sur les deux ou trois derniers mois, on a doublé la taille de parc, donc on a fait une vingtaine d'ouvertures et on en prévoit une centaine pour cette année.

Donc on est sur une phase d'accélération très rapide sur 2025. Évidemment, ça fait plaisir pour les entrepreneurs qu'on est, pour l'équipe qui nous a fait confiance depuis le début. Il y a des hauts et des bas et quand on était dans la phase un peu de repenser le modèle, de l'adresser autrement, il y a des mois où tu ne fais pas d'installation pendant deux ou trois mois, parfois plus.

Et là par exemple, sur la semaine où je suis invité chez vous, on en fait quatre sur la semaine, donc on en fait presque autant que sur six mois l'an dernier. Donc on est dans une phase d'essor rapide. Nous, il s'avère qu'on est les seuls à faire ce qu'on fait en France. Alors, y en a d'autres dans le monde qui ont des modèles similaires.

Il y a des modèles, notamment dans les pays scandinaves, en Allemagne ou en Suisse et même en France maintenant, qui sont arrivés. Où ce sont plutôt des box mais très thématiqués sur le sport en plein air. Et donc on voit que le concept émerge, qu'on n'est plus seuls à parler de ce genre de sujet. Plus on est présent dans les médias, en visibilité dans les commerces, plus les gens l'adoptent et en parlent entre eux.

Donc ça, ça aide. Et puis après il y a le côté aussi « savoir adapter son offre à son marché ». Donc ça, on l'a changé récemment, notamment pour adresser le marché des grandes entreprises ou les commerces. Et donc ça, c'était vraiment une rencontre de deux choses : tu as des clients qui sont plus enclins et qui ont, de plus en plus aussi, d'attente, que ce soit de leurs collaborateurs, de leurs clients.

C'est une forme de pression quand on est ces grands groupes de distribution, d'innover, de proposer des services qui soient à la fois utiles et engagés. Du coup, on est vraiment au bon moment, avec la bonne offre. Évidemment, ça permet de décoller plus vite. Quant à la communauté d'utilisateurs qui aiment le service, si tu regardes les grandes communautés d'utilisateurs qu'il y a aujourd'hui dans des Blablacar, dans des ToGoodToGo. Alors on a un modèle qui est quand même un peu différent : on l'a dit, on a des casiers. Tu peux imaginer que des millions de Français, et c'est vraiment ce qu'on cherche à terme, des millions de Français, soit sont utilisateurs de ce service, soit on ne

sera peut-être pas seul toujours mais en tous cas, auront ce réflexe là et tu auras impulsé ce changement. Ce sera dur de mesurer quelle partie nous est imputable, mais tu sais qu'on aura été à l'origine d'un changement sur la consommation des équipements du quotidien. Et c'est ce qu'on cherche, c'est que ça devienne un réflexe du quotidien. J'ai besoin de quelque chose et du coup qu'on soit présent à peu près partout. Mais j'ai besoin de quelque chose au quotidien, je descends, il est dans le hall de mon immeuble.

J'ai besoin d'un truc un peu plus ponctuel, tiens je sais que je l'ai dans mon magasin ou je l'ai dans le siège de mon entreprise. Et donc ça, évidemment, ça prendra quelques années mais à la fin, on imagine être présent partout en France et au-delà. On verra puisque ce n'est pas que français ce changement-là. Et puis même, il y a des pays qui sont plus avancés que nous sur ces sujets-là.

Mais donc le potentiel est immense.

Et nous là, récemment aussi, on a des premières installations en Belgique. Alors pas directement, on n'opère pas mais avec une collectivité. Et on voit que c'est une collectivité qui est très active. Nous, on parle avec beaucoup de collectivités aussi en France : la métropole de Lyon où on est installés, mais pas que, avec la plupart des métropoles. Et on imagine aussi qu'elles aient leur rôle à jouer.

C'est vrai qu'on a beaucoup parlé de partenaires privés, d'acteurs privés, qui nous fournissent les produits et ceux chez qui on s'installe. Mais on pense, et Yann mon associé, échange énormément avec eux. C'est lui qui parle beaucoup avec eux. On pense que les territoires ont leur rôle à jouer, par un soutien en tout cas ou de la communication. Mais on essaye de les impliquer parce que partout où on s'installe, on aime en faire un projet de territoire et travailler derrière avec des partenaires locaux.

On a parlé tout à l'heure de la maintenance, de l'entretien. Nous, autant que faire se peut, on va travailler avec des prestataires locaux qui peuvent être des associations, des structures de réinsertion professionnelle. Donc vraiment faire ce maillage territorial et en faire des petits projets de territoire. La sélection produit va varier selon plusieurs critères. Le lieu en est un.

Les moyens de locomotion pour aller dans ce lieu « Est-ce qu'on est intra-muros ? » ou « Est-ce que je suis plutôt en périphérie ? » Donc ça, ça va faire varier les univers et la typologie de produits. Et effectivement, aujourd'hui, on a quand même tendance à essayer de mettre vraiment les produits qui se louent le plus partout. Mais on commence, et notamment on parlait tout à l'heure, de géolocaliser les produits dans une ville. On commence à se poser les premières questions et on va pour optimiser ça, de dire « J'ai pas besoin de la même offre partout, dans tous les lieux. Ce que j'ai besoin par contre, c'est que par rapport aux besoins attendus, au nombre de gens qui cherchent une perceuse et au nombre de gens qui cherchent un perforateur, peut-être une perceuse classique.

J'en ai une dans tous mes points, mais mon perforateur, j'en ai un dans le quartier ou à un kilomètre ». Quelque part, la volonté d'aller chercher certains équipements est plus grande que d'autres. Exemple : une crêpe partie, tu ne vas peut-être pas traverser toute ta ville à pied pour aller chercher une crêpière. Ma shampooineuse de canapé dont on parlait tout à l'heure, qui était très utile, qui est un produit assez onéreux, qui prend de la place et tu le fais une fois par an, ton consentement, ta volonté, elle est plus grande. Ça se réfléchit comme ça effectivement.

Ma conclusion serait autour du bon sens dont j'ai parlé tout à l'heure. Moi j'essaie de me l'appliquer à moi-même. Je suis loin d'être irréprochable dans mes choix et notamment dans les choix : est-ce que c'est toujours le meilleur choix écologique ? Mais j'essaie d'allier le bon sens économique, pratique et environnemental. Et quand on arrive à avoir le triptyque, et je pense qu'on a cité tout à l'heure, des services qui ont connu des développements très rapides, c'est parce qu'ils savent répondre aux trois et d'autres dimensions en même temps. Et donc c'est faire appel à son bon sens quand on choisit, quand on a des choix qui se présentent à nous aujourd'hui, dans nos choix de consommation. Alors c'est sûr qu'il y a des choix : rénover sa maison est un choix extrêmement engageant, lourd et on y réfléchit. Et donc c'est prendre le bon réflexe dans ses équipements du quotidien, de penser malin, de penser durable et de regarder les options qui s'offrent à moi.

Évidemment, charge à nous derrière d'offrir cette possibilité à chacun et au plus près de chez lui.