

Largo reconditionne made in France

IMPACT Lancé en 2016 et entré en Bourse en 2021, le reconditionneur de smartphones Largo automatise sa production afin de réduire ses coûts. Mais pour séduire les clients, il mise sur son service après vente.

FLORENCE HUBIN

QUAND ON NE PEUT PAS rivaliser avec le coût de la main-d'œuvre asiatique, on automatise la production et on bichonne ses clients. C'est l'une des stratégies adoptées par Largo, qui revendique 14 % des parts de marché des ventes de mobiles reconditionnés en France. L'entreprise nantaise (61 salariés, 17,6 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021) produit chaque mois 13 000 smartphones « comme neufs » et ambitionne d'en faire sortir le double de ses ateliers grâce à l'automatisation d'une partie de la chaîne de production. Cotée à Euronext, elle a levé 24 millions d'euros l'an dernier et vise l'équilibre fin 2022.

Largo est né en 2016, « à une époque où les grands opérateurs ne s'étaient pas encore fortement engagés dans la vente d'appareils remis à neuf », rappelle Christophe Brunot, l'un des deux cofondateurs. Tout comme Frédéric Gandon, ouvrir un smartphone ne lui fait pas peur et il connaît bien les marchés du neuf comme de la seconde main. Tous deux ont géré des magasins franchisés Point Service Mobiles (PSM). C'est l'enseigne Leclerc qui va leur permettre de changer d'échelle. « La première commande de 200 pièces nous a été passée par celui de Basse-Goulaine (Loire-Atlantique) », raconte Christophe Brunot. L'année de sa création, Largo affiche 1,2 million d'euros de chiffres d'affaires et opère l'année suivante une première levée de fonds d'un million.

En 2018, l'entreprise s'installe près de Nantes (Loire-Atlantique), à Sainte-Luce-sur-Loire. Les locaux de 700 m² accueillent au rez-de-chaussée l'atelier où sont reconditionnés les smartphones acheminés via des brokers (acheteurs intermédiaires), en Europe et aux États-Unis, et des achats sur des programmes de reprise de matériel. 80 % sont des iPhone. Il n'y a pas assez d'appareils sur le Vieux continent, alors que les Européens sont les premiers

consommateurs de modèles reconditionnés.

Largo a rapidement trouvé des distributeurs : supermarchés (Leclerc, Cora, Système U...), magasins spécialisés (Bureau Vallée, Welcom) et plates-formes (Back Market, Amazon, Agora Place...). Il a aussi des partenaires professionnels et s'est positionné comme fournisseur d'un assureur. Avec 2 000 points de distribution actuellement, il compte bien étendre son réseau, qui va de Happy Cash à Electro dépôt.

Des robots conçus en France

Pour grandir, l'entreprise va étendre ses locaux, embaucher (40 recrutements d'ici 2025) et engager l'automatisation d'une partie de sa chaîne de production. Si les dirigeants ne cachent pas que les pièces détachées viennent de Chine, les robots et l'ensemble des opérations de réparation sont conçus en France. « Nous avons travaillé à leur développement avec l'entreprise Ponant à Valence (Drôme) », souligne Christophe Brunot.

Largo a obtenu un prêt de 3 millions d'euros de Bpifrance pour automatiser sa chaîne de production. Une partie a servi à financer les six premiers automates qui permettront d'augmenter la productivité, la qualité et de baisser le coût de reconditionnement. Dans l'atelier, les robots assurent déjà une des étapes du processus : 37 contrôles et 123 tests effectués sur l'appareil. « Ce sont ces tâches très répétitives que nous avons automatisées. Les collaborateurs sont orientés vers des activités à plus forte valeur ajoutée », poursuit Christophe Brunot. Après ces tests, soit le mobile est bon pour le service, soit il passe en réparation (80 % des vitres et 50 % des batteries doivent être remplacées).

La deuxième phase d'automatisation concernera l'attribution du grade esthétique (de très bon état à bon plan), supplantant toute subjectivité humaine. Elle gagnera ensuite la préparation de commande,



Sainte-Luce-sur-Loire (Loire-Atlantique). Largo teste, répare et reconditionne des smartphones, des tablettes et des ordinateurs dans ses locaux pour de grands groupes et des particuliers.

le stockage et l'alimentation des robots, à l'aide de bras articulés.

Le consommateur peut faire sa déclaration en ligne 24 heures/24

Largo ambitionne, pour devancer une future législation et creuser l'écart avec ses concurrents, de formaliser et communiquer les résultats des tests au client final. « Le reconditionné n'est pas de l'occasion, c'est une expérience proche du neuf, assurent ses dirigeants. Pour rassurer les consommateurs, nous cherchons à être le plus transparent en mettant à leur disposition un certificat de con-

“
Le reconditionné n'est pas de l'occasion, c'est une expérience proche du neuf. Pour rassurer les consommateurs, nous mettons à leur disposition un certificat de contrôle technique”

trôle technique ». Accessible via un QR code sur le boîtier ou la carte de garantie, il détaillera les caractéristiques du mobile, l'état de sa batterie, les pièces remplacées, l'ensemble des tests réalisés et le poids des matières premières et des déchets électroniques économisés grâce à l'achat de l'appareil reconditionné.

Le taux de retour des appareils vendus est de 7 %. Or, Largo veut aussi se distinguer avec un service après-vente de qualité. Le consommateur peut faire sa déclaration en ligne 24 heures/24 et 7 jours/7. Il reçoit un bon électronique pour retourner son

produit, puis est informé du suivi et des réparations réalisées. Deux personnes sont dédiées au SAV pour échanger par téléphone avec le client. 60 % des appareils sont traités en 24 heures (hors temps de transport), les autres en 72 heures maximum.

L'entreprise veut gagner en visibilité avec le lancement d'un site Internet et mise aussi sur le développement du réseau de distributeurs et la formation des revendeurs. Elle a créé sa « Largo Academy », ouverte aux nouveaux collaborateurs du pôle réparation. Des formations sont aussi proposées aux techniciens de ses clients professionnels.