



ANALYSE SECTORIELLE DU SECTEUR DE LA LCD

Le secteur de la location courte durée face au défi de la digitalisation

KANBIOS

Location Courte durée : État des lieux

Si la seconde moitié du XX^{ème} siècle était une période quasi-ininterrompue de croissance, ce début de XXI^{ème} siècle semble plutôt marqué par le sceau de multiples transitions - économique, écologique et sociétale - qui provoquent un changement de paradigme dans les habitudes de consommation du Français.

Certains secteurs ont su tirer profit de ce changement de paradigme, soit par opportunisme, soit parce que leur nature était en cohérence avec ce bouleversement. Le secteur de la Location Courte Durée (LCD) en est un parfait exemple. Aligné avec les nouvelles envies des consommateurs, plus respectueux de l'environnement et plus abordable financièrement, il a connu une croissance dynamique durant les dernières années.

Et si cette croissance était une aubaine pour les entreprises de ce secteur initialement, l'apparition permanente de nouveaux acteurs et d'une concurrence d'une rare densité a complexifié les choses. Désormais, l'enjeu principal pour ces entreprises est simple : il faut parvenir à se différencier pour s'imposer en leader sur le marché très concurrentiel de la LCD.

Globalement, la différenciation des entreprises du secteur de la LCD repose sur trois axes :

- **La focalisation sur l'expérience client**
- **La sécurisation des échanges**
- **L'amélioration de la productivité**

Trois axes, trois inconnues, une seule réponse pour résoudre l'équation : la digitalisation massive des entreprises de location courte durée. En effet, la digitalisation de l'ensemble de la chaîne de valeur peut offrir des opportunités considérables pour les entreprises : atteindre un public plus large, proposer une expérience client plus personnalisée, gagner en efficacité opérationnelle, réduire les coûts de gestion...

De multiples leviers à actionner pour se différencier des concurrents, améliorer la rentabilité et croître durablement.

Il est évident cependant qu'en fonction du sous-secteur auquel l'entreprise appartient, et de ses spécificités (voir Annexe 1), les besoins en terme de maturité digitale peuvent s'avérer relativement différents. Cela rend incontournable une étude approfondie des options qui s'offrent à elle pour digitaliser sa chaîne de valeur.

CRISES ET CONSÉQUENCES SUR LE MODE DE CONSOMMATION



Economie

Inflation et volonté de baisser les coûts, pour les particuliers comme les entreprises



Ecologie

Durabilité des produits et souhait de mettre fin à l'obsolescence programmée



Société

Evolution de la perception de la propriété et prise en compte de l'usage réel du bien



UNE CROISSANCE SOUTENUE ? QUELQUES CHIFFRES :

+ 26 %

de taux de croissance pour le marché de la location d'équipements entre 2013 et 2019
(Source : Statista, 2019)

+ 9 %

de croissance annuelle moyenne prévue pour le secteur de la location de vêtements en ligne entre 2022 et 2027
(Source : Mordor Intelligence, 2022)

3 AXES DE DIFFÉRENCIATION POUR LES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA LCD



Focalisation sur l'expérience utilisateur



Sécurisation des échanges



Amélioration de la productivité

Proposer une expérience client de haut vol

Le digital peut intervenir tout au long du parcours du client et constitue un levier d'amélioration de l'expérience et de la satisfaction du client. Une plateforme en ligne de qualité permet de créer une relation privilégiée avec le client.

Elle permet de fluidifier l'ensemble du processus de réservation et facilite la visibilité et l'accessibilité des biens à louer. Les offres de location adaptées défilent devant l'utilisateur, lui permettant d'accéder à toutes les informations nécessaires (disponibilités du bien à louer, prix, conditions spécifiques d'utilisation, options disponibles, etc...). La différenciation ne se fait désormais d'ailleurs plus sur ces critères, considérés comme standards, mais bien sur le reste de la chaîne de valeur. La dématérialisation de la contractualisation, du paiement, des états des lieux, de l'accès au bien (livraison, prise en charge ou check-in selon le secteur) et de sa restitution permet d'immenses gains de temps pour les clients et les loueurs et offre une expérience d'une fluidité inédite. Par exemple, certains loueurs de voitures comme GetAround utilisent des boîtiers connectés qui permettent l'accès au véhicule en libre-service via leur application mobile.

Ensuite, l'implémentation de parcours adaptés et personnalisés permet de répondre facilement aux besoins des utilisateurs. Une entreprise qui comprend et répond aux besoins de ses clients sans

qu'ils aient à en faire la demande possède un potentiel d'attractivité sans égal. L'appui sur la collecte et l'analyse de données ainsi que le recours à l'IA et au machine learning permettent de proposer des offres adaptées aux besoins du client et de lui proposer des services connexes (conciergerie, assistance technique, assurances...) ou de lui faire gagner du temps en adaptant une approche globale de son parcours (voir l'annexe 2). Si l'on reprend l'exemple du sous-secteur de la location de voitures, les partenariats créés avec des solutions MaaS (Mobility as a Service) permettent de créer des synergies entre les différents moyens de transport utilisés par le client et donc de l'accompagner sur l'ensemble de son trajet.

Enfin, le service client peut lui aussi être grandement optimisé par le digital. Que ce soit par la mise en place de chatbots pour assurer une communication fluide et rapide avec le client, ou par le recours à l'IA et au machine learning pour analyser les retours des clients et apporter la réponse optimale à leur problématique, la digitalisation du service client améliore à la fois l'expérience client et les processus internes au service client.

Garantir au client un service fiable

Que le processus de location se déroule via un canal physique ou virtuel, l'entreprise de location doit être en mesure d'assurer la fiabilité de son service.

L'entreprise de location doit :

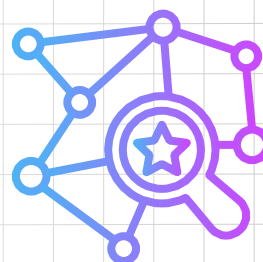
- Assurer le locataire que le bien est bien réel et conforme à ce qu'il pense avoir loué pour éviter les arnaques
- Assurer le loueur que le locataire est sérieux pour éviter les vols et les dommages
- Garantir la sécurité des échanges et des transactions, pour ne pas ternir sa réputation

Pour garantir le locataire de la qualité du bien loué, des fonctionnalités telles que les labels de confiance, les commentaires et les évaluations, l'utilisation de photos et de descriptions détaillées ou encore le recours à la réalité virtuelle, permettent de rassurer l'utilisateur final sur la tangibilité du bien.

Le digital permet également facilement de vérifier l'identité des locataires, grâce à des solutions spécialisées. Ces solutions — comme Onfido ou encore IDnow — permettent par reconnaissance faciale de

vérifier l'identité et l'authenticité des pièces justificatives demandées par les loueurs (voir l'annexe 3). Pour pousser plus loin encore le sérieux du processus d'authentification, il est possible pour les entreprises du secteur de la LCD de s'inspirer des bonnes pratiques du secteur bancaire en matière de connaissance client (KYC - "Know Your Customer"), et du concept de mutualisation de ces données entre les différents groupes bancaires et d'assurances ("Open Banking").

Plus important encore, le digital permet de sécuriser l'ensemble du parcours client. D'abord en appliquant les normes en termes de cybersécurité et de protection des données tout au long du parcours utilisateur et en recourant à des solutions de paiement sécurisé. Mais également en permettant à l'utilisateur de réserver sereinement grâce à la sécurisation des transactions bancaires en ligne ou l'offre de services assurantiels.



Optimiser les opérations

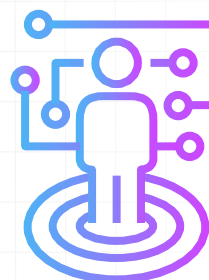
L'optimisation des processus est un enjeu clé du secteur de la Location Courte Durée. L'amélioration de l'efficacité opérationnelle grâce au digital est un moyen idéal de réduire drastiquement les coûts tout en maintenant une satisfaction client élevée.

La gestion de l'inventaire, de la flotte, des stocks ou encore des espaces peut être optimisée par l'analyse de données en temps réel, l'automatisation des processus de gestion ou encore le recours à des technologies ou à des objets connectés pour recueillir des informations sur l'état des stocks et les besoins en maintenance (voir l'annexe 2). De fait, une meilleure gestion des dépenses permet l'augmentation drastique de la marge nette.

Le digital simplifie également la gestion de la tarification des biens, des réservations et des locations en permettant une gestion des prix en fonction des stocks en temps réel, le suivi des locations en cours, la facturation et la collecte de paiement, mais également en automatisant la veille concurrentielle de sorte que l'entreprise dispose en permanence de prix compétitifs... Dans certains cas, le digital permet même de réaliser des économies en réduisant voire en supprimant les intermédiaires. Dans le cas du sous-secteur de la LCD de vêtements, la technologie

permet même d'envisager de désengorger les points de ventes physiques. L'essayage virtuel, qui s'est démocratisé durant la crise du Covid-19, ouvre la porte à un monde sans essayage sur site, ce qui permettrait une réduction des coûts liés aux risques sanitaires ou encore à l'exploitation des magasins.

Tout aussi stratégique, l'optimisation de la chaîne logistique peut également être menée par le biais de la digitalisation. Chacun de ses rouages peut être amélioré, simplifié, automatisé par le digital : du suivi du bien tout au long de son cycle de vie (grâce à des technologies comme la géolocalisation ou les puces RFID), à l'inspection automatisée du bien (via un système complexes de capteurs, d'Intelligence Artificielle ou de réalité virtuelle). Une entreprise comme Proovstation est par exemple devenue une référence de l'état des lieux automatisé pour le secteur de la Location Courte Durée de voiture.



Pour conclure

La digitalisation ne concerne bien sûr pas uniquement le secteur de la location courte durée, mais le marché semble parvenir à un tournant. Les grands acteurs du secteur ont tous pris le chemin de la digitalisation, en structurant leur business model autour d'un produit digital, et cela n'a fait que renforcer leur hégémonie sur le marché.

En s'attachant à la construction d'un produit digital optimisé pour proposer des services inédits, en accord avec les besoins du marché et la raison d'être de l'entreprise, elles se sont assurées une place de choix dans l'esprit du client.

Il va sans dire que la transition digitale du secteur n'est pas uniformisée, et que chaque acteur, en fonction de ses spécificités sectorielles (voir l'annexe 1), nécessite un plan d'action personnalisé pour ne pas s'engager dans un long chemin de croix inefficace.

Ce plan d'action se décompose en trois phases :

1/ Value assessment - l'évaluation de chacun des process clés de la chaîne de valeur. Cette phase de prise de recul permet à l'entreprise de contempler l'ensemble des rouages qui la constituent et de procéder aux premières optimisations (hors digital).

2/ Value definition - l'identification, pour chacun de ces process clés, de la valeur potentielle que peut créer le digital. C'est la phase centrale de la construction d'un produit digital. Elle permet de redessiner toute l'architecture fonctionnelle de l'entreprise en l'envisageant sous le prisme de l'optimisation par le digital.

3/ Value commitment - la définition d'une feuille de route par l'entreprise pour atteindre les potentialités offertes par le digital qui ont été précédemment identifiées. Cette dernière phase apporte donc la structure nécessaire au bon déroulé du projet et permet son suivi jusqu'à la livraison du produit.

À ce titre, les équipes Kanbios seront ravies d'échanger avec vous afin de définir vos besoins et votre potentiel d'amélioration, et vous accompagner dans la définition d'un plan d'action efficace au service de l'accomplissement de vos objectifs.

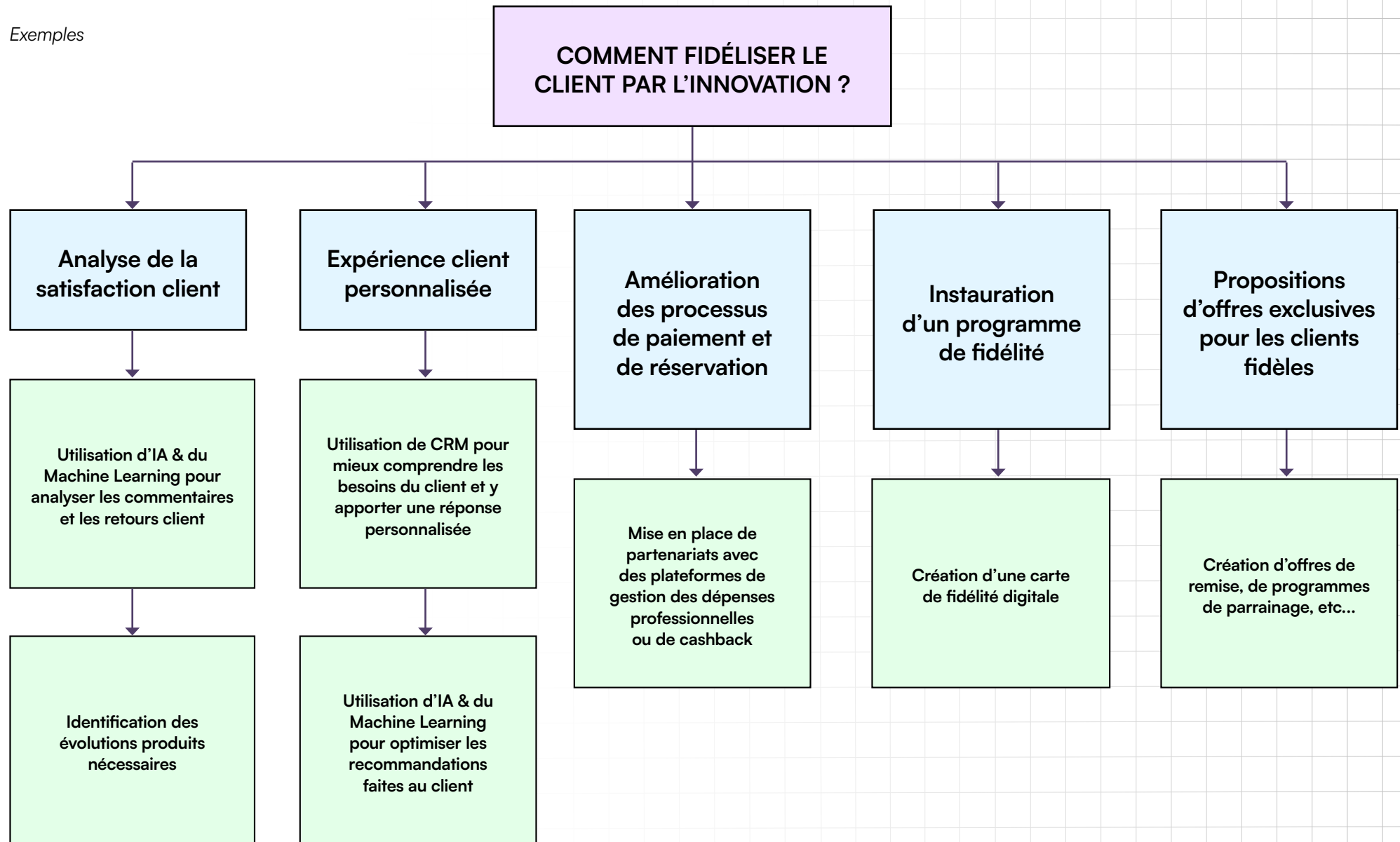
ANNEXE I

SOUS-SECTEURS								
Bateaux	Biens d'équipement	Espaces de bureaux	Espaces événementiels	Hébergements touristiques	Matériel de construction	Places de parking	Vêtements	Voitures
Contraintes logistiques : Les entreprises de location doivent disposer d'une logistique solide pour garantir la disponibilité des bateaux et leur entretien	Nature des biens : Les biens nécessitent souvent un investissement important, pour une utilisation qui requiert une expertise spécifique	Prix du marché : Plus élevés que sur le marché de l'immobilier classique, qui s'explique par les coûts d'acquisition, de développement et de gestion du bien	Saisonnalité : Le secteur est soumis à des fluctuations saisonnières importantes. Par exemple, les demandes de location peuvent être plus fortes pendant les périodes de vacances, de festivals ou de mariages	Saisonnalité : La demande dépend du flux touristique	Matériel spécifique : Ce secteur nécessite une connaissance approfondie des besoins spécifiques à chaque chantier	Une demande constante : La demande est forte et permanente	Saisonnalité : La demande est soumise à des variations en fonction des tendances saisonnières et/ ou des événements	Assurance et responsabilité : Cela requiert une attention spécifique due à la valeur souvent élevée des biens en location (dépôt de garantie, assurance particulière, etc...)
Coûts de maintenance : Ils peuvent être extrêmement élevés et doivent rentrer en compte dans la stratégie de tarification	Durée de location : Les contrats de location sont souvent longs, ce qui nécessite de la flexibilité et une tarification adaptée	Installations techniques : Les infrastructures de bureaux nécessitent une attention particulière, entre réseau informatique, internet, et dispositif de sécurité...	Complexité de la planification et de la logistique : Cela peut inclure la coordination des équipements, des services de restauration, des activités, et la gestion des invités, du personnel et des fournisseurs	Gestion de la qualité : Les hébergements doivent répondre à des normes de qualité pour satisfaire les attentes des clients	Environnements d'utilisation hostiles : Cela peut causer des dommages à l'équipement, nécessitant une maintenance et des réparations plus fréquentes	Coûts de gestion : Les coûts de maintenance sont moins élevés que dans certains sous-secteurs, pour des marges bénéficiaires plus élevées	Normes d'hygiène : La logistique de nettoyage et de remise en état des vêtements doit être parfaite	Gestion de la variété des véhicules : Les entreprises doivent posséder une vaste gamme de véhicules, de l'entrée de gamme au haut de gamme, tous destinés à des usages différents
Contraintes liées au lieu de navigation : Les locataires doivent respecter des règles strictes en fonction des zones de navigation	Maintenance et gestion : Ces biens nécessitent généralement un entretien régulier et des réparations pour rester en bon état de fonctionnement	Importance de la localisation : La demande de bureaux à la location est très inégale en fonction de la localisation du bien immobilier et de son accessibilité	Besoins de personnalisation : Cela peut inclure la mise en place d'un thème spécifique, des exigences en matière d'équipements audiovisuels, la disposition de l'espace et les arrangements de restauration, etc...	Concurrence : Le nombre de logements disponibles ainsi que le nombre de plateformes de location rendent complexe la différenciation dans un secteur très saturé	Logistique complexe : Le transport et la livraison de l'équipement de construction peuvent être plus complexes que dans d'autres secteurs en raison de la taille, du poids et de la complexité de l'équipement	Concurrence : Le peu de places disponibles et le nombre de plateformes de location (spécialisées ou non) rendent complexe la différenciation dans un secteur saturé	Les tendances de la mode : Les entreprises doivent être en mesure de proposer un inventaire en constante évolution pour répondre aux besoins de leurs clients	Modularité des offres : Il faut disposer d'offres pour les particuliers ou les professionnels, avec tarification et budgets différents, possibilité de faire un aller uniquement, etc...
Normes de sécurité : Face aux dangers évidents de la navigation en mer, les propriétaires de bateaux doivent s'assurer en permanence que leur bien remplit tous les critères en terme de norme de sécurité	Transport et logistique : Les solutions de transport et de logistique peuvent être spécifiques à chaque bien d'équipement	Flexibilité du bien : Les bureaux doivent être aménageables et assez flexibles pour être adaptés aux évolutions structurelles de l'entreprise	Gestion de la sécurité : Cela peut inclure la gestion des risques liés à la sécurité, la coordination avec les services de sécurité, la mise en place de plans d'évacuation et la mise en œuvre des protocoles de sécurité	Réglementation : Les logements sont soumis à une réglementation stricte, notamment en termes de sécurité incendie, de normes de construction et d'impôts locaux	Saisonnalité : La demande peut varier considérablement en fonction des saisons, des projets de construction, de l'activité économique et de l'emplacement géographique	Un marché localisé : Les entreprises doivent avoir une connaissance parfaite des besoins et moyens de leurs clients à l'échelle locale	La personnalisation de l'offre : Les entreprises doivent disposer d'un inventaire varié pour répondre aux différents goûts et styles	Disponibilité du service client : Il est nécessaire de mettre en place un système d'assistance routière pour accompagner les clients en cas de panne ou d'accident
Aléas météorologiques : Locataires comme propriétaires doivent être informés de l'évolution des conditions météorologiques, qui ont nécessairement un impact quotidien sur la location de bateaux	Assurance et responsabilité : Attention spécifique requise due à la valeur souvent élevée des biens en location (dépôt de garantie, assurance particulière, etc...)	Durée des contrats : Les contrats sont souvent longs en raison des besoins de stabilité et de prévision des entreprises	Gestion de la flexibilité : Nécessité de pouvoir s'adapter aux changements logistiques de dernière minute en maintenant une expérience client haut niveau	Complexité des prix : Les tarifs de location peuvent varier en fonction de nombreux facteurs, tels que la saison, le nombre de personnes, la durée du séjour, les services supplémentaires et la localisation	Besoins en matière de service client : Les clients peuvent nécessiter régulièrement une assistance technique en fonction de la nature de l'équipement et du projet	Durée des contrats : La durée des contrats est plus courte que sur d'autres sous-secteurs du marché immobilier	La gestion des tailles : La diversité des tailles complexifie grandement la gestion des stocks	Concurrence : Face à la densité du marché, la différenciation passe par la qualité et la variété des offres
		Implication du propriétaire /gestionnaire du bien : Implication élevée due aux problématiques de gestion des installations et de fourniture de services tiers aux locataires		Gestion par les propriétaires ou externalisée : Les propriétaires doivent gérer l'ensemble du processus, de l'acquisition du bien immobilier à la fidélisation des clients, alors que dans d'autres secteurs, cette gestion peut être externalisée à des entreprises spécialisées				

SPÉCIFICITÉS

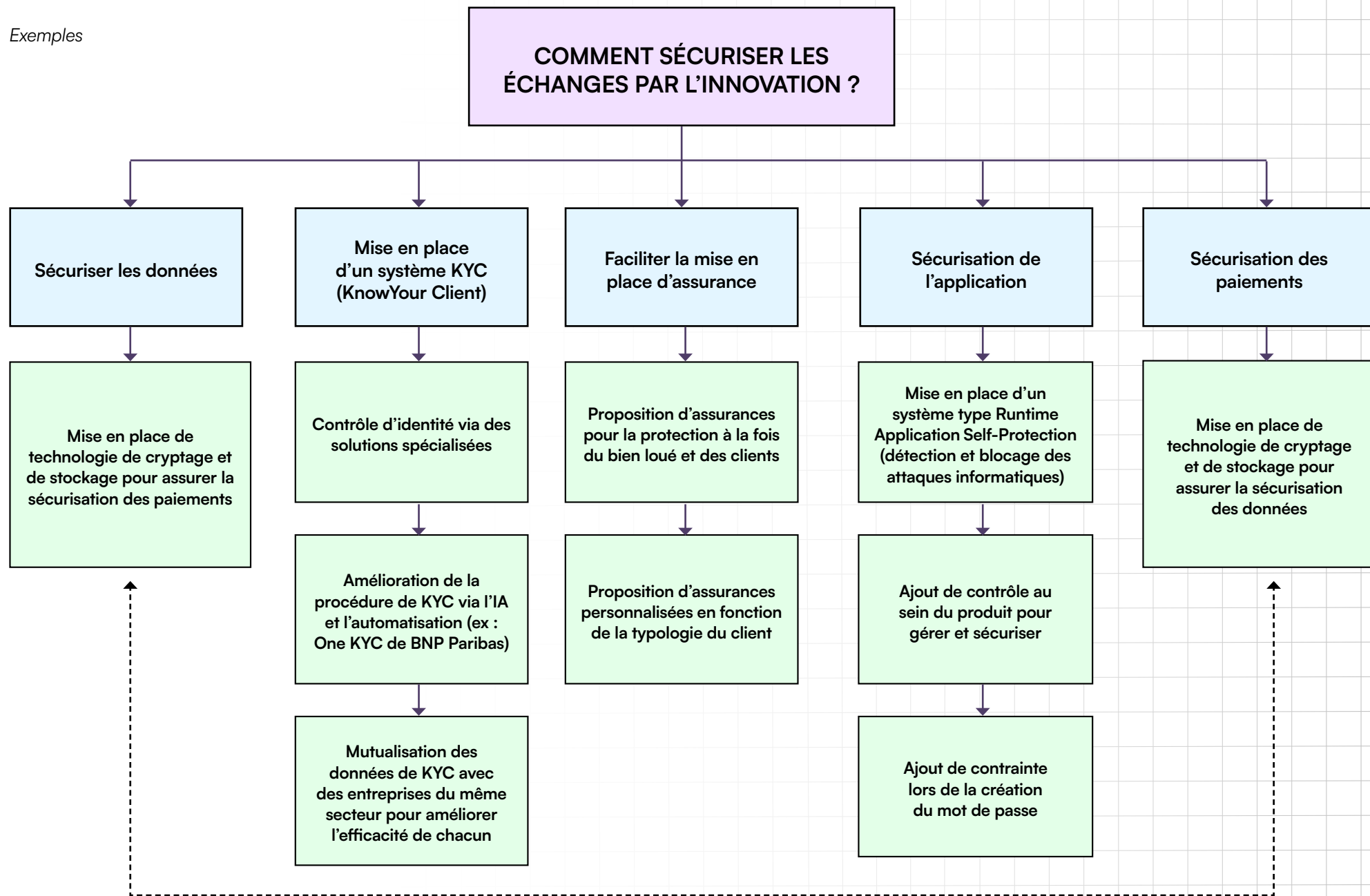
ANNEXE II

Exemples



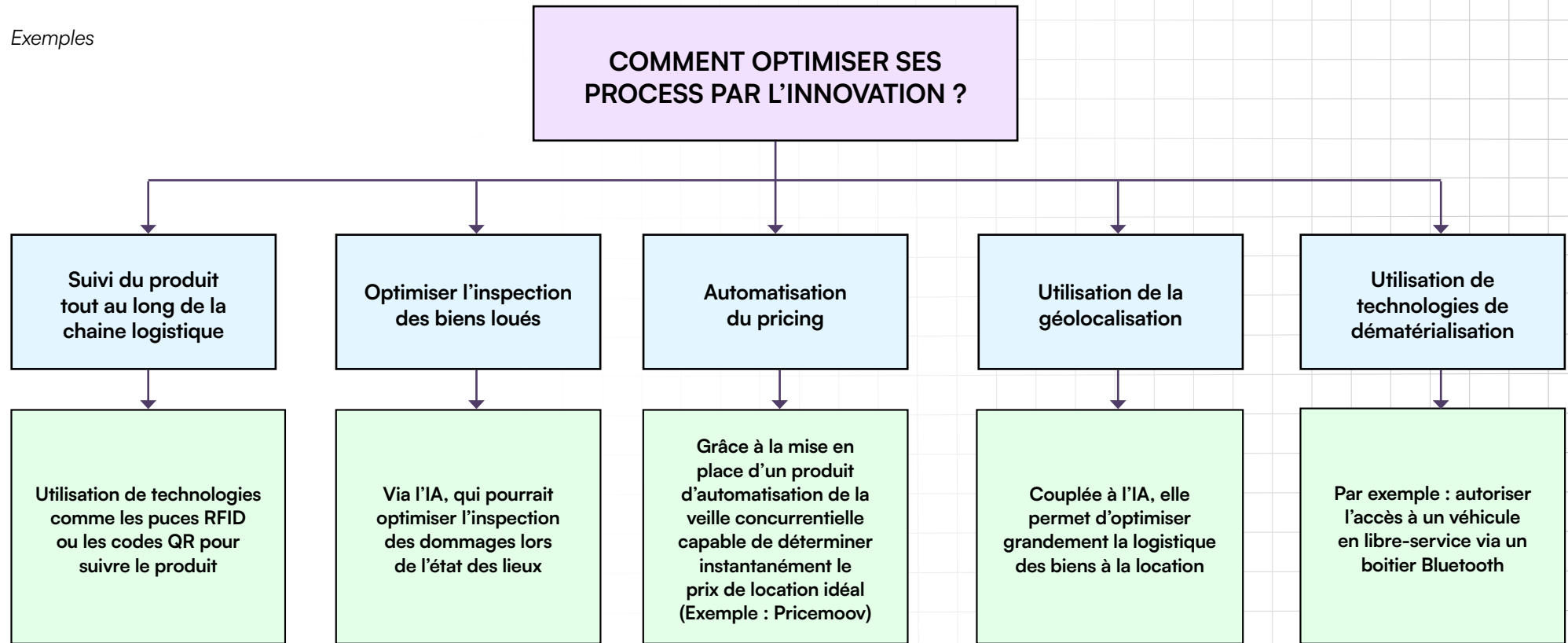
ANNEXE III

Exemples



ANNEXE IV

Exemples





Ā
KANBIOS
Ī