

Largo mise sur l'électronique verte

Publié par [Marie-Juliette Levin](#) le 10 juin 2022 | Mis à jour le 13 juin 2022 à 15:17



L'entreprise nantaise, spécialisée dans le reconditionnement d'appareils électroniques, fraîchement entrée en bourse en 2021, surfe sur la vague de l'économie circulaire. Son slogan : « Elle est pas belle la seconde vie ? ». Présentation avec Christophe Brunot, co-fondateur de Largo.

Dans quel contexte évolue l'activité de votre entreprise depuis 2022 ?

Le contexte est favorable puisqu'il sert l'économie circulaire et le réemploi. La pandémie a mis en lumière notre rapport à la consommation et à la surconsommation. **D'ailleurs, le poids du reconditionné en 2021 est monté à 17% de PDM (VS 14% en 2020) et 1 téléphone sur 6 vendu en France est reconditionné.** Largo surfe sur cette tendance et bénéficie d'une prise de conscience écologique collective, notamment auprès des jeunes générations. Enfin, la loi anti-gaspillage oblige les institutions publiques à intégrer dans leurs appels d'offres, 20% de produits électroniques reconditionnés.

Quels sont vos objectifs avec l'entrée en bourse en 2021 ?

Les vertus de la bourse, c'est de lever des montants plus importants pour accompagner le projet sur du long terme. **En 2021, nous avons levé 24 millions d'euros.** Tout l'intérêt, c'est également la transparence et notre gage de qualité en tant qu'acteur français sur ce marché en pleine structuration.

Comment se positionne l'entreprise sur son marché ?

Depuis 2016, date du lancement de Largo, l'entreprise est en très forte croissance puisque le chiffre d'affaires est passé de 1,2 million d'euros à 6,5 millions en 2017, plus de 10 millions en 2020 et 17,6 millions en 2021. Et nous visons **30 millions d'euros de C.A. fin 2022.** Cinq acteurs se partagent le marché, mais Largo est atypique car l'entreprise s'appuie sur plusieurs canaux de distribution : le retail, le digital, le BtoB (l'offre Largo Business soit 9% du C.A. en 2020) et les opérateurs en téléphonie et les assureurs affinitaires (Pacifica...). Par ailleurs, l'entreprise s'engage à ne pas immobiliser un appareil plus de 72H en cas de panne et de réclamation en ligne sur <https://sav.largo.fr/>.

Quel est votre réseau de distribution ?

Largo déploie une stratégie omnicanale efficace autour notamment de la grande distribution avec **2000 points de vente** (64% du C.A. en 2021 ; objectif de 48% en 2022 pour un meilleur équilibre entre les canaux). La marque est distribuée à la fois en physique (chez Leclerc, Conforama, Système U, Darty...) mais aussi sur des marketplaces (BackMarket, Amazon...) et via son site [Largo.fr](https://largo.fr), lancé en septembre 2021. Aujourd'hui, **la vente directe représente 25% du C.A de Largo** et s'appuie essentiellement sur des circuits courts.

Quelle est votre stratégie e-commerce ?

C'est tout récent depuis l'introduction en bourse. Tous les fondamentaux liés à l'UX sont à l'étude pour faciliter le choix des produits (guides achat, comparateurs...). Nous créons du contenu autour d'un catalogue produits fourni dans l'univers numérique et nous travaillons notre référencement naturel avant le plan d'investissement en marketing en 2023.

Quels sont vos projets pour 2022 ?

Développer les canaux de circuits courts (acheter en Europe et en France et moins aux Etats-Unis) et faire grandir notre production pour doubler l'activité (reconditionner plus pour alimenter les canaux de distribution). Largo a lancé l'automatisation d'une partie de sa production en investissant dans **6 robots de nouvelle génération.** L'objectif : **augmenter significativement sa capacité de reconditionnement** (pour atteindre 25 000 produits reconditionnés par mois d'ici fin 2022, contre 7 000 par mois il y a encore quelques mois). Enfin, les particuliers pourront vendre leurs appareils sur le site de Largo à partir de la rentrée. **En 2025, nous visons 70 millions d'euros de C.A.**

Chiffres clés sur Largo :

17,6 millions d'euros de CA en 2021, soit + 71% sur un an

220 000 smartphones reconditionnés depuis sa création en 2016

61 collaborateurs

Plus de 2 000 points de distribution