

# Leasing : différences des modes de calcul de valeur résiduelle des automobiles et des smartphones

Antoine Jeanjean, Yazan Markabawi

<sup>1</sup> Recommerce Lab, Recommerce Solutions, 54 avenue Lénine 94250 Gentilly  
{antoine.jeanjean, yazan.markabawi}@recommerce.com

**Mots-clés :** *Valeur résiduelle, location, risque*

## 1 Introduction

Le marché de la distribution de smartphones continue sa migration d'un modèle de l'acquisition vers la location. Nos précédents travaux avaient pour objectif de présenter les premiers modèles de leasing testés en 2013 pour les smartphones haut de gamme [1]. Nous avons poursuivi nos expérimentations afin d'affiner et de calibrer nos modèles à partir de données prévisionnelles qui se sont désormais réalisées. Nous présenterons ici en introduction quelques résultats à partir de données sur deux marques phares : Samsung et Apple.

Nous souhaitons aussi pointer ici les particularités des modèles de leasing de smartphones par rapport à ceux utilisés notamment dans le domaine le plus répandu : la location d'automobile [2]. En effet, il s'avère que le marché de la location de smartphones reproduit avec quelques années de décalage celui de l'automobile, avec des particularités qui lui sont propres et que nous présenterons ici : cycle technologique très rapide, durée de vie plus aléatoire, marque divisée en segments très disjoints, cannibalisation entre produits, marché de la réparation peu développé, mode de production spécifique, etc...

## 2 Différences de mode de calcul de valeur résiduelle

Nous présenterons ici les différents critères qui rendent le marché des Telecom très différent de celui de l'automobile. Ces critères sont pris en compte dans les modèles statistiques de calcul de valeur résiduelle pour déterminer le loyer mensuel du contrat de location.

### 2.1 Cycle technologique

L'incertitude sur la valeur résiduelle des smartphones peut être décomposée en deux dimensions principales. L'aléa sur le *prix de revente* du produit sur le marché de l'occasion sur les différents canaux de revente, directement lié à l'attractivité du produit aux yeux des consommateurs versus les volumes remis sur le marché. L'aléa sur *la fonctionnalité et la cosmétique des produits* récupérés et qui détermine le canal sur lequel ils seront susceptibles d'être revendus. Nous présenterons quelques éléments statistiques sur ces deux aléas pour l'année 2014.

Sur le marché des smartphones, le rythme des évolutions technologiques touchant les aspects techniques du produit (appareil photo, écran, batterie, connectique, 3G, 4G,...) est très accéléré, ainsi que les innovations dans les matériaux utilisés. Ces deux aspects sont susceptibles de produire des aléas de fiabilité techniques importantes d'une génération à l'autre et rendent plus difficile l'anticipation sur la qualité fonctionnelle des produits récupérés.

A l'inverse, sur le marché de l'automobile, le rythme des innovations techniques est stabilisé et par ailleurs les processus de validation amont sont maintenant très efficaces, et les technologies sont implémentées sur la gamme de manière très progressive, maintenant une certaine stabilité quant à la fiabilité d'une marque.

## **2.2 Gamme de produits**

Le marché des smartphones est aujourd'hui très peu stabilisé avec un rythme de renouvellement des gammes très accéléré qui oscille entre 6 mois et un an avec des aléas d'attractivité très importants. D'une année à l'autre un acteur peut voir sa part de marché sur un segment passer du simple au double ou inversement. Seuls deux acteurs aujourd'hui peuvent se targuer d'avoir su démontrer une certaine constance dans leur attractivité et avoir su fidéliser une clientèle : Apple et Samsung. Dans le domaine automobile, les parts de marché évoluent moins vite et surtout une gamme de produits va avoir un cycle de vie bien plus long.

## **2.3 Développement de la réparation**

La remise à neuf des produits non fonctionnels ou dégradés est aujourd'hui essentiellement le fait d'acteurs isolés dans le marché du smartphone, et à chaque nouveau modèle, les problématiques liées à la réparation évoluent, nécessitant ainsi une longue phase d'apprentissage des acteurs avant de disposer d'un processus de réparation industriel, efficace et peu onéreux. Là où les constructeurs du secteur de l'automobile ont développé une réelle chaîne de valeur autour de la réparation mettant à disposition à la fois des pièces détachées et la vulgarisation nécessaire pour permettre à un maximum d'intervenants de réparer leurs véhicules. Ainsi les modèles économiques de réparation sont bien plus incertains sur le marché du smartphone que sur celui de l'automobile, ce qui amoindrit la capacité des acteurs à garantir une valeur résiduelle sur des produits non fonctionnels. Nous détaillerons quelques impacts en termes de pricing des produits.

## **2.4 Caractéristiques intrinsèques**

Par ailleurs, la valeur de certains attributs ou innovations technologiques est difficile à évaluer car dépendante d'innovation sur les réseaux de télécommunications. On peut citer par exemple le cas de technologies comme la 4G, qui a produit un surenchérissement des prix sur le marché du neuf, sans pour autant avoir de valeur sur le marché de l'occasion du fait du déploiement retardé de la 4G en France et de son faible taux de pénétration. De même la technologie NFC a été intégrée par des acteurs tels que Samsung en avance de phase avant même que les grandes surfaces et les petits commerces n'aient déployé les systèmes de paiement susceptibles de rendre ce type de moyen de paiement effectif. Plus récemment on peut citer le cas du Galaxy S5 4G+, qui est vendu plus cher que le Galaxy S5 4G, mais dont le service de connexion 4G+ n'est fonctionnel aujourd'hui que sur un seul des quatre grands opérateurs français.

## **2.5 Mode de production**

Une dernière différence porte sur les modes de production qui sont en flux tendu pour les voitures versus une production en batch pour les smartphones. Cela impacte fortement les stocks d'inventaires en neuf qui se retrouvent sur le marché de l'occasion, car un modèle qui aura fait un flop commercial se retrouvera en masse sur le marché entraînant une baisse de sa cote. Le mode de production par batch peut permettre l'organisation la rareté pour maintenir des prix élevés. A l'inverse, une automobile commandée est désormais produite à la demande.

## **Références**

- [1] A. Jeanjean (2014). Le risque de valeur résiduelle dans les nouveaux modèles de distribution des téléphones mobiles. In ROADEF 2014, Bordeaux, Février 2014.
- [2] Le Risque de Valeur Résiduelle : trois études quantitatives, Sylvain Prado, Thèse de doctorat, 2010.