

lundi 10 mai 2010

Manheim se lance dans les ventes aux enchères physiques

par [Eloïse LE GOFF-BERNIS](#)



Le spécialiste du remarketing propose désormais chaque mois une session physique à Chilly-Mazarin dans l'Essonne. Objectif : créer une place de marché BtoB dans le sud parisien.

Mercredi 5 mai dernier, 13 rue Denis Papin à Chilly-Mazarin (91), non loin de la zone industrielle de la vigne aux loups, se tenait une vente de véhicules d'occasion d'un genre nouveau qui a mis en effervescence les équipes de Manheim France, déplacé les fournisseurs et attisé la curiosité autant que la fibre acheteuse d'une quarantaine de professionnels de l'occasion. Spécialisée dans la vente en ligne de VO par soumission et, plus globalement, dans le remarketing des véhicules, l'entreprise ajoute une corde à son arc en se dotant de cet hôtel des ventes bien concret à quelques kilomètres du siège social de Morangis.

152 véhicules présentés

Sur place, des rangées de banquettes jaune design posées sur un sol bleu moqueté reprenant le code couleur de la société faisaient face à un camion aux allures de « baraque à frites » qui hébergeait le commissaire-priseur **Didier Robin** ainsi que le staff technique. Un écran plat, juste à côté, retranscrivait la vente et les adjudications en direct (une cinquantaine de marchands internautes enchérissait en parallèle). Entre les deux zones circulaient 152 véhicules, également observés par d'autres clients attablés près du buffet convivial prévu pour les accueillir. La salle était spacieuse et propre. « *A termes, nous souhaitons proposer un volant de 200 voire 400 véhicules. Nous avons l'infrastructure et la capacité de stockage nécessaire* », explique **Eric Trelet**, directeur commercial et marketing de Manheim France. Pour cette première qui s'est déroulée sans encombre, 63 modèles ont trouvé preneurs. "Nous sommes satisfaits de ce résultat pour une inauguration ! Nous étions également favorablement surpris des prix atteints. Cela a convaincu des fournisseurs qui veulent d'ores et déjà nous confier des produits pour la prochaine vente", déclare-t-il. Le 5 mai, le lot sélectionné provenait des loueurs (60 % courte durée, 20 % longue durée), des groupes de distribution (15 %) et des constructeurs (5 %). Les trois quarts des VO avaient moins de 2 ans et la moitié présentait entre 40 000 et 80 000 km au compteur. Le mix était à l'honneur avec 15 % de modèles de marques françaises, 24 % de logos asiatiques et 55 % de voitures européennes (hors France) dont 15 % de modèles premium. « *Par la suite, nous devrions présenter autant de véhicules provenant de la location courte que longue durée* », souligne E. Trelet.

Les groupes deviennent des fournisseurs de poids

« *Au bout de trois mois de stock et 75 000 km, de plus en plus de groupes de distribution sortent les véhicules de leurs parcs et nous les confient* », ajoute le directeur commercial. La patte Manheim ? « *La performance avec un taux de transformation d'environ 80 % voire 100 % sur les ventes brandées au nom d'un constructeur ou d'un loueur. Nous connaissons notre public et ce que nous pouvons lui vendre* », renchérit-il. Une performance qui passe par une sélection scrupuleuse des véhicules, quitte à vendre plus cher. En ligne, le cyberstock qui expose le tout-venant en matière d'approvisionnement fait tourner 300 VO par semaine auprès de 3 000 marchands inscrits dont un tiers d'actifs. L'adjudication physique signe ainsi une brique de plus dans l'édifice que Manheim veut construire. « *Six commerciaux s'apprêtent à sillonner la France afin de présenter nos activités remarketing (vente aux enchères, gestion buy-back...), Automotive services (débosselage, stockage...) et Retail (gestion de VO, outils d'aide à la vente...) aux professionnels et particulièrement aux négociants de petite taille. Nous mettons aussi en place des outils de fidélisation* », confie E. Trelet. Avis aux intéressés, la prochaine vente physique se déroulera le 9 juin.