

# TOUT LE MONDE VEUT SA PART DU GÂTEAU

**LES ENCHÉRISSEURS MONTRENT UN INTÉRÊT CERTAIN POUR LE SECTEUR DU MATÉRIEL.** EN EFFET, NOMBREUX SONT LES SPÉCIALISTES À DÉVOILER LEURS VELLÉTÉS ET LEURS AMBITIONS AVEC UN BUSINESS-MODÈLE DÉFINI. À LEUR FAÇON, ET PLUS SUBREPTICEMMENT, CES ACTEURS PARTICIPENT AINSI À LA PROFESSIONNALISATION DU MARCHÉ DE L'OCCASION.

**B**eaucoup d'observateurs évaluent le marché de l'occasion du matériel en France à près d'un milliard d'euros. Certes, une goutte d'eau par rapport au marché mondial estimé aujourd'hui à 50 milliards de dollars, mais suffisamment important pour constituer une manne, voire, « un centre de profit » comme le confiait un spécialiste du secteur chez Bergerat Monnoyeur. Les enchérisseurs ont, de leur côté, compris qu'il était important d'y participer également. En 2018, d'après le Conseil des ventes volontaires (CVV), le marché des enchères pour l'activité « matériel industriel » représentait en France 64 millions d'euros pour un peu plus de 11 000 machines écoulées. Pour les entreprises de TP, se procurer un matériel par le biais des enchères n'est plus « un mal nécessaire », mais une vraie solution pour reconstituer une flotte ou la renforcer. Les enchérisseurs ont, de leurs côtés, professionnalisé leurs équipes, développé leurs experts et proposent un large choix de matériel, toutes gammes confondues attirant au passage un grand nombre d'acheteurs potentiels et garantissant des prix attractifs. Parallèlement, c'est aussi une concurrence qui se développe dans ce milieu, entre ces pros qui choisissent, soit la vente traditionnelle physique, soit la voie digitale avec son offre de prestations annexes, ou bien encore, une solution à mi-chemin, dite « phytale ». C'est cette dernière voie qu'a choisie Richie Bros, le poids lourd du secteur. « *Les professionnels n'ont jamais eu autant besoin de matériels et c'est normal au regard de l'ampleur des chantiers existant en France aujourd'hui, à commencer par le Grand*

**1/ Le néerlandais Troostjwick organise près de 200 ventes par mois en Europe.**

**2/5/ Richie Bros organisait, à trois jours d'intervalle, une vente aux enchères physique à Saint-Aubin-sur-Gaillon, puis en ligne, via IronPlanet, sa filiale digitale.**

**3/ Loïc Lefort, régional Manager pour la France chez Richie Bros et David Dahirel, responsable Grands Comptes chez Richie Bros.**

**4/ Equippo a de grandes ambitions pour le marché français, mais aussi mondial.**







3



5



Paris », débute Loïc Lefort, directeur commercial France chez Richie Bros. Ritchie Bros préparait le 25 juin dernier, à Saint-Aubin-sur-Gaillon, une vente aux enchères au cours de laquelle près de 3 000 lots étaient mis à disposition des utilisateurs finaux et marchands. Et ce n'est pas tout, quelques jours plus tard, c'est IronPlanet, filiale digitale de Richie Bros, qui organisait à son tour son

« Online Summer Auction » proposant une grande sélection d'équipements de construction et agricoles récents, représentant des dizaines de marques. Plus de 600 lots, pelles, chargeuses sur pneus, compacteurs, tracteurs, camions, chargeuses-pelleteuses, groupes électrogènes, plates-formes hydrauliques, etc., ont été mis aux enchères.

### LE MATÉRIEL, 55 % DE L'ACTIVITÉ

« Si beaucoup d'analystes et de professionnels craignaient une baisse du marché, force est de constater qu'en 2019 celui-ci est resté plutôt en forme. Les gens sont plus à l'achat qu'à la vente sur le 1<sup>er</sup> trimestre en tous cas », analyse encore Loïc Lefort. Une conjoncture qui prouve que le secteur des enchères peut profiter d'un gros potentiel de croissance, comme le souligne encore Loïc Lefort : « Le BTP représente 55 % de notre chiffre d'affaires en France ». Avec en outre, une poussée des ventes digitales, réalisées via IronPlanet, et qui pèsent jusqu'à 25 % du CA total au niveau mondial. Un équilibre qui se fait peu à peu, mais pas si évident à trouver. « Historiquement, rappelle-t-il, le digital n'avait peu ou prou droit de cité, le réseautage remplissait alors son rôle, mais cela a changé depuis. » Fort de son image de marque forte et de sa présence internationale dans 42 pays, Richie Bros peut ainsi s'appuyer sur les deux voies, physique et digitale, pour poursuivre son développement (500 millions d'euros de chiffre d'affaires en Europe, NDLR).

### UN SECTEUR QUI SE PROFESSIONNALISE

Longtemps mésestimés, les organisateurs de ventes aux enchères sont désormais considérés et vus par les professionnels comme des acteurs à part entière du système. « Les utilisateurs finaux sont de plus en plus en relation directe avec nous sur un marché à l'achat, ceci permet de tirer les prix vers le haut, ce dont profitent tous les constructeurs », reconnaît Loïc Lefort. Le responsable ajoute aussi que nombreux sont les utilisateurs

finaux prêts à être orientés et conseillés pour la sortie de leurs matériels. C'est d'ailleurs dans ce cadre que Richie Bros a également créé un service de dépôt-vente pour les professionnels qui ne veulent pas laisser leurs matériels sur sites jusqu'à ce qu'ils soient vendus. Quant aux constructeurs, ces derniers ont aussi pris conscience que le marché de l'occasion était devenu un nouveau levier de croissance et une source de revenus non négligeable. « Certains peuvent faire appel à nous pour densifier leur conquête auprès des concessionnaires et nous utilisent pour sortir les machines de marques concurrentes, en dehors de leurs périmètres », précise à nouveau le directeur commercial. Avec en outre, un accompagnement multipliant les services clés en main. « Je suis persuadé que, plus on agrègera des services adaptés au client, plus celui-ci sera dans un certain confort et plus nous réussirons aussi à développer le secteur des enchères », précise de son côté David Dahirel, responsable grands comptes chez Richie Bros.

### UNE NÉCESSITÉ POUR LES CONCESSIONNAIRES

De son côté, Troostwijck veut aussi sa part du gâteau. Le néerlandais n'est pas un inconnu dans le secteur des enchères. Créée en 1930, l'entreprise fait partie des grands acteurs européens, avec plus de 500 000 lots écoulés sur le continent, tous secteurs confondus. Sur le territoire français en revanche, la société d'enchères en ligne spécialisée cherche encore à se faire un nom. « Notre activité en France est toute récente, mais nous avons pour ambition de nous y installer et notamment dans le secteur du bâtiment et des travaux publics », explique Thierry Poyet, responsable grands comptes chez Troostwijck. En Europe, et pour le secteur du BTP, l'enchérisseur organise 200 ventes par an et écoule 70 000 lots à l'année. « L'idée est d'organiser à terme une vente par mois sur le marché français », précise-t-il encore. Troostwick organisait sa première vente le 26 avril dernier, avec

ENTREPRISES	MONTANTS ADJUGÉS 2018 (EN M€)	ÉVOLUTIONS (EN %)
BCA	371	+7
Alcopa Auction	284	+15
VP Auto	255	-30
Toulouse enchères auto	130	+14
Mercier	66	+3
Autorola	48	+50
Aquitaine enchères	37	+9
Richie Bros	29	-31
COTW France	20	+21
Enchères Mat	19	+18
Paris Enchères	18	0
Car Enchères	13	+6
Five Auctions Béthune	13	+18
Aix Marseille Enchères	12	+63
Agorastore	12	+100
Voutier	12	+9
Parisud	11	-21
Troostwijk	7	0
Aponem	4	+33
Ardèche Enchères	3	+50

Source : Conseil des Ventes Volontaires

au total une vingtaine de lots mis à disposition par un seul concessionnaire français dont Thierry Poyet préfère taire le nom. Parmi ces lots, retenons notamment une pelle hydraulique Volvo ECR145DL, une pelle sur pneus Risa RSX120, un télescopique Terex Genie GTH3512 et un compacteur Bomag BW100AD-4. La totalité des lots était visible des futurs clients qui pouvaient aussi venir sur site essayer le matériel et s'assurer de son bon fonctionnement. « Les enchères constituent une réelle opportunité pour les concessionnaires français et un bon moyen d'écouler

leurs VO sans perdre trop d'argent afin de renouveler leurs parcs plus rapidement. Quant à l'utilisateur final, c'est un sourcing à ne pas négliger », expliquait enfin Thierry Poyet.

### L'OFFRE D'EQUIPPO

Nouvel entrant, nouveau process. C'est le cas d'Equippo qui avance également ses pions après une première vente aux enchères qui lui a permis d'initier sa stratégie, développer un service de haute qualité pour se démarquer de ses concurrents. Pour cela, Equippo s'est positionné sur un marché qui

emprunte plusieurs canaux : ventes entre utilisateurs, ventes par des négociants, ventes par les réseaux de distribution des constructeurs de matériels de chantier, ventes aux enchères. Le Suisse estime que les transactions via les ventes aux enchères représentent 4 à 5 % du marché de l'occasion. « La formule proposée par Equippo pourrait concerner 50 à 60 % des transactions de matériels d'occasion », ambitionne Michael Rohmeder, PDG d'Equippo. Dans ce cadre, le dirigeant vise en priorité le marché français et notamment les grands comptes et les PME/TPE, « Ces derniers étant des acheteurs et des vendeurs de matériels », explique le dirigeant. Pour ce faire, il propose une offre avec expertise, prix pré-négociés, paiement sécurisé, retour gratuit des machines, une expertise du bien à vendre, une assistance pour les démarches administratives, et en prime, une garantie « satisfait ou remboursé ». Une solution de revalorisation Enfin, Agorastore, dont le CA total a progressé de 100 % entre 2017 et 2018, veut aller plus plus loin encore : depuis 2005, le français accompagne les entités publiques et certaines entreprises privées dans la revente de leur matériel réformé et a ainsi développé une double expertise dans la revente de véhicules, mais aussi de matériel TP. Les équipes s'occupent de l'inventaire, de l'estimation ainsi que de la mise en ligne des biens que les collectivités et entreprises souhaitent vendre sur la plateforme. À partir d'une stratégie de communication globale et d'une base d'acheteurs internationaux, Agorastore optimise les ventes pour mettre en concurrence un maximum d'enchérisseurs potentiels. La société revendique une soixantaine de sociétés clientes en France pour un CA de 35 M€ généré sur le seul secteur. « Notre business modèle va au-delà du traditionnel circuit des enchères, je dirais que nous sommes plus une solution de revalorisation du matériel, car nous offrons une offre remarketing en totale transparence », conclut enfin David Jaoui, directeur BU d'Agorastore.

Tanguy Merrien