

Enchères : Tout le monde veut sa part du gâteau

Par Tanguy Merrien - le 10/07/2019 - Construction cayola

Les enchérisseurs montrent un intérêt certain pour le secteur du matériel. Nombreux sont en effet les spécialistes à dévoiler leurs velléités et leurs ambitions avec un business-model défini. A leurs façons et plus subrepticement, ces acteurs participent aussi à la professionnalisation du marché de l'occasion.

Pour beaucoup d'observateurs, le marché de l'occasion du matériel en France pèserait près d'un milliard d'euros, une goutte d'eau au sein du marché mondial lequel est estimé à 50 milliards de dollars aujourd'hui, mais suffisamment important pour constituer une manne voire « un centre de profit » comme le confiait ce spécialiste du secteur chez Bergerat Monnoyeur. Les enchérisseurs ont, de leur côté, compris qu'il était important d'y évoluer 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 solution pour reconstituer sa flotte ou la renforcer. Les enchérisseurs ont de leurs côtés professionnaliser leurs équipes, développer 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 entre ceux qui choisissent, soit la vente traditionnelle physique, soit la voie digitale avec son offre de prestations annexes, soit, encore, une solution à mi-chemin, dite « phygital ».

C'est notamment cette dernière voie qu'a choisi 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 et à commencer par le Grand Paris », introduit **Loïc Lefort**, directeur commercial France chez Richie Bros. Richie 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 articles étaient mis aux enchères dont des pelles, chargeuses sur pneus, compacteurs, tracteurs, camions, chargeuses-pelleteuses, groupes électrogènes, plates-formes hydrauliques, etc.

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 en excellent état de forme. Les gens sont plus à l'achat qu'à la vente sur le 1^{er} trimestre en tous cas », analyse encore Loïc Lefort. Un témoignage qui prouve donc que le secteur des enchères dispose d'un gros potentiel de croissance en cette conjonction et Richie Bros compte en profiter : « Le BTP représente 55 % de notre chiffre d'affaires en France », poursuit Loïc Lefort. Avec en outre, une poussée des ventes digitales : celles-ci, réalisées via IronPlanet, 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, le digital n'avait peu ou prou droit de cité, le réseautage remplissait alors son rôle mais cela a changé depuis ». En effet, fort de son image de marque forte, sa présence internationale dans 42 pays, Richie Bros peut 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 ajouté à son offre, un service de dépôt-vente pour les professionnels qui ne veulent pas laisser le matériels sur leurs sites, jusqu'à ce qu'il soit vendu. 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 revenu 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 Loïc Lefort. Avec en outre, un accompagnement multipliant les services clés en mains. « 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, Troostwijk 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 plus importants acteurs européens avec une moyenne de 200 ventes par mois et 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 auprès des professionnels 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 avec la même réussite que sur le marché européen », explique Thierry Poyet, responsable grands comptes chez Troostwijk. 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.

Et pour ce faire, Troostwijk organisait une première vente le 26 avril dernier : au total une vingtaine de lots mis à disposition par un seul concessionnaire français, dont Thierry Poyet préférerait 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 par les futurs clients qui pouvaient aussi venir sur site essayer le matériel et s'assurer de son bon fonctionnement. « Les enchères sont une réelle nécessité pour les concessionnaires français qui ont besoin de renouveler leurs parcs assez rapidement et un bon moyen d'écouler ses VO sans perdre trop d'argent. 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 a permis au Suisse de montrer sa stratégie, la société souhaite développer un service de haute qualité pour se démarquer de ses concurrents. 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 le marché des transactions par les ventes aux enchères représente 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 a bien sûr visé le marché français, prioritaire selon lui, en « visant 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, avec 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, se veut plus que cela encore : depuis 2005, l'entreprise 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. A 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 soixante de sociétés clients en France pour un CA de 35 millions d'euros généré sur le seul secteur. « Notre business model va au-delà du traditionnel circuit des enchères, je dirai 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.

Construction cayola. Tous droits réservés.