

ENCHERES

Manheim relance son business de vente en salle



Sur le modèle de son big-business en Grande-Bretagne, Alexandre Sabet d'Acre, directeur de Manheim France, attend les résultats de sa première vente physique en France pour établir un calendrier.

Il avait jeté l'éponge faute de réussir à intégrer le modèle français... Dix ans plus tard, le géant américain de l'enchère auto retente l'expérience des ventes physiques. Le 5 mai prochain aura lieu à Chilly-Mazarin (sur son site de reconditionnement) la première adjudication en salle badgée [Manheim] France. Fidèle à son modèle US, le centre ne sera ouvert qu'aux professionnels. Pourquoi ce revirement, après avoir juré qu'on ne l'y reprendrait plus ? D'abord

parce qu'il a obtenu l'agrément du Conseil des ventes volontaires en septembre dernier. Ensuite, parce qu'après avoir frôlé l'abandon de terrain, la société a largement redressé la barre et consolidé son assise en devenant multiservices via ses trois départements : Manheim Automotive Services (remise en état complète, logistique...), Manheim Remarketing (revente des VO) et Manheim Retail Services (soutien de la commercialisation des véhicules des

flottes). Enfin, il s'agit de diversifier les canaux de distribution en complétant le dispositif Internet : CyberAuction pour les enchères et Cyberstock pour l'achat immédiat. La société est donc optimiste pour la suite. « Aujourd'hui, le remarketing représente jusqu'à 45 % de notre chiffre d'affaires. A terme, nous voulons qu'il atteigne 70 % », estime Alexandre Sabet d'Acre qui vise 14 000 ventes cette année, mais table sur un volume de 50 000 véhicules à l'horizon 2015. ■