

## Réseaux VO : un potentiel sous-exploité selon une étude Indicata

Montigny-le-Bretonneux – 30 juillet 2025 – Une **nouvelle analyse d’Indicata**, menée sur 73 réseaux de constructeurs dans 12 pays, **met en lumière un écart critique entre les investissements engagés dans les programmes VO et les résultats obtenus** : la majorité des réseaux ne récupère même pas la moitié de sa mise, compromettant à la fois les marges, les objectifs de valeur résiduelle et un potentiel de croissance VN encore largement inexploité.

- L'analyse de 73 réseaux de constructeurs montre une sous-performance systématique - la plupart des programmes ne couvrent pas leur investissement estimé à 1 100 € par unité malgré des primes moyennes de 450 €.
- Les sites appartenant aux constructeurs fixent systématiquement des prix inférieurs au marché - sapant fondamentalement les objectifs de valeur résiduelle qu'ils sont censés protéger.
- Les concessionnaires franchisés ayant des capacités supérieures en matière de véhicules d'occasion ont tout de même atteint une pénétration de 23 % supérieure sur les véhicules neufs - prouvant la viabilité commerciale malgré les lacunes du réseau.

Ce décryptage complet mené par Indicata a révélé **des écarts de performance significatifs dans les programmes de véhicules d'occasion des constructeurs**, montrant que, bien que ces initiatives aient un impact positif sur le marché, la majorité des réseaux ne parvient pas à offrir des retours suffisants sur les investissements substantiels.

Cette étude approfondie a analysé 73 réseaux franchisés de constructeurs dans 12 pays, mettant en lumière des problèmes systémiques qui empêchent les constructeurs de maximiser le potentiel de leurs investissements dans les véhicules d'occasion.

« Les résultats sont édifiants », déclare Andy Shields, directeur de l'unité commerciale mondiale d'Indicata. « Si les programmes VO des constructeurs surpassent régulièrement les distributeurs indépendants, notre analyse révèle que la majorité des réseaux laissent passer une valeur significative, faute d'une application opérationnelle efficace et d'indicateurs de performance adaptés».

### Constat n°1 : Un écart préoccupant entre investissements et retours sur les 73 réseaux analysés

L'analyse détaillée menée par Indicata met en lumière un déséquilibre notable entre les investissements réalisés par les constructeurs et les retours générés :

- L'investissement moyen estimé par véhicule dans les programmes VO (remarketing, label CPO, amélioration réseau) s'élève à 1 100 €.
  - Le gain moyen constaté : 450 € par véhicule, soit moins de la moitié de l'investissement initial.
-

- Les distributeurs labellisés obtiennent une prime médiane de 1,7 % au-dessus du marché, les meilleurs atteignant plus de 1 000 € par véhicule.
- Pourtant, un grand nombre de distributeurs du réseau affichent systématiquement leurs véhicules en dessous du prix marché dès la première mise en ligne, manquant ainsi des opportunités de marge.

### **Constat n°2 : Les sites détenus par les constructeurs nuisent à leurs propres objectifs**

Fait plus préoccupant encore : les sites en propre des constructeurs affichent des prix inférieurs à ceux des concessionnaires franchisés et au marché global.

« Si l'objectif d'un constructeur est de soutenir la valeur résiduelle, la gestion directe de ses sites ne permet pas d'y parvenir », explique Andy Shields. « Ces sites semblent davantage orientés vers l'écoulement rapide des stocks anciens que vers la valorisation des VO ou la rentabilité réseau. »

Ce constat remet en question l'idée selon laquelle les constructeurs maîtrisent mieux que leurs distributeurs les stratégies VO.

### **Constat n°3 : Une lueur d'espoir – La performance VO stimule le succès VN**

Malgré les difficultés observées, l'analyse de 130 distributeurs franchisés révèle un enseignement stratégique majeur :

- Les distributeurs les plus performants en VO enregistrent une pénétration VN supérieure de 23 % par rapport à ceux ayant des résultats plus modestes.
- Cette performance grimpe à +55 % lorsqu'ils mettent l'accent sur les VO de leur propre marque.
- Une rentabilité globale nettement améliorée : une activité VO solide bénéficie directement au VN et à l'après-vente.

« Ces données changent fondamentalement la manière dont les constructeurs devraient considérer le VO », affirme Shields. « Le VO n'est pas un silo : c'est le moteur du succès VN. Le problème, c'est que la plupart des programmes actuels n'exploitent pas ce potentiel. »

### **Appel à l'action d'Indicata pour les constructeurs**

L'étude propose une feuille de route en trois étapes pour combler les écarts de performance :

1. **Prendre conscience de l'écart de performance** : Même si les programmes VO surpassent les indépendants, ils ne génèrent pas un retour suffisant au regard des investissements engagés.
2. **Mettre en place des indicateurs pertinents** : Suivre des KPI concrets tels que :
  - La part de marché VO du réseau
  - L'amélioration des valeurs résiduelles via un positionnement premium
  - Le développement continu des compétences VO dans le réseau

**3. Se concentrer sur l'excellence opérationnelle** : Aller au-delà des supports de vente et garanties pour aider les distributeurs à optimiser prix, gestion de stock et processus.

« Le potentiel est immense », conclut Shields. « Les constructeurs qui combleront ces lacunes verront une nette amélioration de la rentabilité réseau et des performances VN. Les autres continueront à financer des programmes peu performants, en passant à côté d'opportunités de création de valeur».

**À propos d'Indicata**



Indicata, l'une des activités du Groupe Autorola, est un fournisseur de solutions de gestion de données et d'analyse pour le marché des véhicules d'occasion. Il permet aux gestionnaires de flotte, concessionnaires et constructeurs automobiles de prendre des décisions éclairées sur la valorisation, le stock et la performance de leurs véhicules d'occasion.

**À propos du groupe Autorola**

Basé au Danemark, le groupe Autorola est une entreprise entièrement privée. Autorola est un leader de la digitalisation de l'industrie automobile, avec plus de 800 employés répartis dans plus de 25 pays – notamment en Europe, en Australie, au Brésil et au Mexique – et proposant des solutions numériques pour les enchères automobiles, la gestion de flotte et l'analyse de marché. Autorola a reçu plusieurs distinctions dans le secteur, dont son entrée au "Remarketing Hall of Fame" de Fleet Europe en 2023. En 2024, Autorola a également été récompensée par le prix "EY Entrepreneur of the Year – Danemark" décerné par Ernst & Young et participera à la finale mondiale du "EY World Entrepreneur of the Year 2025" à Monaco en juin 2025. [www.autorola.fr](http://www.autorola.fr)

