

CarJager, lauréate du Grand Prix Startup catégorie “public” de l’ACF en 2019, lance un pavé dans la mare endormie du marché de l’automobile de collection.

Paris, Juillet 2019 - Ce marché - composé des autos classiques, des youngtimers et des supercars - connaît depuis plus de 10 ans un essor fantastique. Si à première vue, il peut être considéré comme un marché de niche en comparaison à celui colossal du véhicule d’occasion, il est de 4,5 milliards d’euros en France et 50 milliards d’euros dans le monde. C’est un terrain de jeu très vaste pour CarJager qui souhaite devenir le premier acteur digital de ce marché.

50% des autos de collection sont vendues ou achetées “hors-marché”, c’est-à-dire en dehors des petites annonces et des maisons de ventes. Elles échappent donc à tous les acteurs existants. CarJager structure ce “hors-marché” en développant des outils digitaux de recherche permettant aux acheteurs de sourcer des autos non visibles sur le marché mais qui sont à vendre et des outils digitaux de gestion permettant aux propriétaires de rester à l’écoute du marché sans mettre en vente leurs autos.

Ce dernier mois, la startup a connu une actualité chargée avec la victoire de l’ACF, un décollage important du nombre de ses transactions et l’accueil de Maxime Lépissier, ex-directeur du département Automobiles de collection - Motorcars de la maison de ventes Leclere. CarJager, suivie par un réseau d’investisseurs privés, prévoit un développement sur le marché américain en 2020.