

Comment le Crossborder débloque la performance remarketing ?



Robin KROUMINSKY

Directeur commercial B2B France

Le marché du VO traverse une véritable zone de turbulences : tensions croissantes, prix instables et politiques publiques en perpétuelle évolution. D'une part, l'électrification rapide des parcs, souvent soutenue par des valeurs résiduelles (VR) artificiellement élevées complique l'absorption des retours buybacks. D'autre part, certaines motorisations, comme le diesel, voient leur attractivité varier en un temps record au gré des changements de politiques publiques.

Résultat : des volumes qui saturent ponctuellement les marchés, une rentabilité sous pression, et un remarketing plus stratégique que jamais.

Des politiques remarketing encore enfermées dans les frontières nationales

Alors même que les stratégies commerciales, marketing et produit se sont largement harmonisées à l'échelle européenne et accélérées depuis la crise COVID, le remarketing demeure paradoxalement l'un des derniers domaines encore pilotés de manière strictement nationale.

Au fil des dernières années, les constructeurs ont pourtant renforcé la centralisation : gouvernance européenne, outils communs, processus standardisés, mutualisation des méthodes. Autant d'avancées qui ont permis une plus grande cohérence opérationnelle et des économies d'échelle tangibles.

Pourtant, la gestion des flux VO reste, dans la plupart des organisations, contrainte par les frontières et par les périmètres historiques des NSC.

Les raisons ne sont pas toujours explicites, mais plusieurs freins hérités du passé continuent de peser sur la capacité à décloisonner :

- **Les réseaux redoutent que l'ouverture transfrontalière ne perturbe l'équilibre local des flux et ne fragilise certains marchés.**
- **Les différences d'équipements entre marchés sont perçues comme un frein, par peur qu'elles compliquent l'homologation ou réduisent la valeur à la revente.**

Dans les faits, ces limites maintiennent le remarketing dans une logique de marché fermé... tout en laissant se développer des flux parallèles. En effet, lorsque les NSCs conservent trop de volumes dans un marché qui ne peut pas les absorber, ces mêmes véhicules finissent souvent par être exportés, mais hors du contrôle du constructeur, via des circuits indépendants.

Ce phénomène crée de l'instabilité, fragilise la maîtrise des valeurs et illustre précisément pourquoi une approche crossborder structurée devient désormais indispensable.

L'harmonisation européenne crée des déséquilibres inattendus



Des opportunités Crossborder désormais incontournables

La meilleure valorisation d'un véhicule thermique français ne se situe donc plus systématiquement en France : elle se déporte aujourd'hui vers d'autres marchés européens, notamment en Europe du Sud.

Reconnaître et intégrer ces nouveaux flux d'attractivité devient essentiel pour optimiser la valeur des véhicules en retour de buyback.



30%

des véhicules thermiques analysés présentent une opportunité crossborder positive.

Source : autobiz

C'est précisément ce qu'a constaté un constructeur premium que nous accompagnons. Celui-ci observait des écarts de performance importants entre ses différents NSC sur plusieurs modèles thermiques. L'utilisation de nos données a permis d'objectiver ces écarts : certains marchés valorisaient très fortement des modèles qui peinaient à trouver preneur ailleurs.

Nous l'avons donc accompagné dans la mise en place d'outils intégrant, en temps réel, les données de pricing international, pondérées par les coûts logistiques et douaniers propres à chaque marché.

Cette analyse a mis en lumière un point clé : les opportunités étaient croisées. Autrement dit, aucun marché ne parvenait à absorber la totalité de ses propres flux, mais chacun présentait des opportunités pour les modèles en difficulté sur un autre NSC. Les risques pouvaient ainsi être redistribués de manière plus équilibrée au sein du réseau.

En adoptant cette nouvelle approche crossborder, le constructeur a pu reprendre le contrôle de ses flux export, tout en maximisant ses marges grâce à une détection des opportunités en temps réel et à un pilotage beaucoup plus agile de son remarketing. Il a rationalisé ses opérations, réduit les délais et amélioré la précision des prix. Plus de 200 membres du réseau bénéficient désormais d'un processus de remarketing plus rapide, basé sur la data, en parfaite adéquation avec le positionnement premium de la marque.



Présence élargie



Process remarketing étendu et centralisé



x 200

Points de vente

Source : autobiz

Le Crossborder n'est plus un risque : c'est une réponse

Dans un marché instable, cloisonner les flux VO revient à se priver d'opportunités et à concentrer les risques buyback là où les marchés ne peuvent plus les absorber. À l'inverse, une stratégie Crossborder structurée, appuyée sur des données fiables, permet de capter les écarts de valorisation entre pays, de rééquilibrer les volumes et d'améliorer la rentabilité.

Ce changement d'approche requiert l'adoption d'outils et méthodes « data centric » ainsi qu'un accompagnement des équipes locales mais le bénéfice est clair : reprendre la maîtrise du remarketing et transformer la volatilité du marché en avantage compétitif.

En savoir plus

Robin Krouminsky

Directeur commercial B2B France

