

« DONNER UNE SECONDE CHANCE AUX INVENDUS »

VINCENT HUTIN, FONDATEUR DE LOTPRIVÉ.COM

Pour Vincent Hutin, invendu ne veut pas dire invendable. Ce centralien, cofondateur de cinq *startups*, un temps repreneur du site Auction.fr, a lancé fin 2012 LotPrivé.com, plateforme consacrée aux lots ravalés des maisons de ventes. La loi du 20 juillet 2011 permet en effet ces pratiques. Une quinzaine de sociétés utilisent les services de ce site, la SVV Rossini étant l'une des rares à afficher son nom.

A. C. Pourquoi avoir créé ce site ?

V. H. Quand une maison de ventes a sourcé, répertorié, photographié, catalogué des lots, loué une salle pour les vendre, et qu'ils restent sur le carreau, c'est une perte sèche. Les invendus tournent autour de 30 à 40 % des lots. J'ai constaté que les *after sales*, au nombre de quatre ou cinq après chaque vacation, étaient mal organisées, voire pas organisées du tout. Mais du point de vue marketing, pour les vendeurs, afficher leurs lots invendus sur le site des maisons est négatif. Il y a quelques années, des maisons de ventes allemandes s'y étaient essayées. Et se sont aperçues qu'elles faisaient de la contre-publicité. Mon postulat a été que, fort de notre expérience avec le site vente-privee.com, nous étions capables d'adapter ce modèle de ventes privées aux invendus.

A. C. Les maisons de ventes restent donc anonymes. Quelles garanties apportez-vous à l'acheteur ?

V. H. Je ne travaille qu'avec des maisons de ventes reconnues, qui offrent les mêmes garanties qu'aux enchérisseurs en salle (soit 5 ans). Quand quelqu'un achète un lot, il découvre avec quelle maison de ventes il traite. Nos prix sont fixes, tous frais compris, et la vente a une durée limitée. Nous n'intervenons pas dans la politique de prix du vendeur et de la société de ventes. Le marché des ventes aux enchères reste significativement destiné aux professionnels, car les cadres dirigeants ne peuvent souvent pas acheter en direct quand les ventes ont lieu l'après-midi. Il y a donc toute une clientèle que les maisons de ventes, malgré les systèmes de téléphone ou de *live*, n'arrivent pas à combler. Il existe aussi une clientèle des galeries et des antiquaires, qui ne va jamais en salle de ventes. Nous nous adressons davantage à des



Vincent Hutin. © D. R.

particuliers, destination finale de ce secteur, qui trouveront ici des objets moins chers que chez l'antiquaire ou la galerie. Nous agissons comme des courtiers, en apportant des affaires aux maisons de ventes. Cela peut être aussi une seconde chance pour les professionnels qui ne peuvent suivre toutes les ventes.

A. C. Peut-on voir les objets ? Si non, est-ce un frein possible à l'achat ?

V. H. Il y a quatre ans, cela semblait impensable aux investisseurs de croire que des gens seraient prêts à acquérir des chaussures sur Internet. C'est devenu un énorme marché. C'est une question de génération. Aujourd'hui, les ventes *live* existent, on achète sur photo. Nous ne sommes que des intermédiaires. Les objets

restent dans les maisons de ventes ou chez leurs clients. Mais ponctuellement, nous pouvons mettre en rapport maisons de ventes et acheteurs potentiels pour voir les lots. Récemment, nous sommes intervenus pour un acheteur qui voulait voir un tableau mis en vente autour de 15 000 euros.

A. C. Quels pays visez-vous ?

V. H. Après trois mois d'existence, nous avons plusieurs dizaines de milliers de visiteurs, 15 000 usagers, 107 nationalités. Nous avons vendu à quelqu'un de Tokyo. Nous recevons des questions de São Paulo, de Chine, de Finlande... Mais 75 % des internautes restent européens. Vendre hors communauté européenne est plus compliqué.

A. C. Quels objectifs vous fixez-vous ?

V. H. Nous allons faire presque chaque semaine des ventes thématiques - nous offrons 34 catégories - pour faire ressortir les lots. Nous travaillons avec une maison de ventes pilote dont nous avons vendu 20 % des invendus, ce qui est très positif. Mécaniquement, vous multipliez par deux le résultat d'exploitation des maisons de ventes qui sont parfois étranglées et récupèrent les frais vendeur et une partie des frais acheteur. C'est un levier puissant qui explique pourquoi les ventes privées fonctionnent bien en général. Nous créons une valeur ajoutée et également un apport financier loin d'être négligeable. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ALEXANDRE CROCHET

Rens. www.lotprive.com