

La Trocante, une organisation au service du pouvoir d'achat.

Trente ans après la création de son premier magasin, La Trocante est, plus que jamais, un concept actuel.



Un contexte économique favorable à l'activité des franchisés La Trocante

Face à une conjoncture économique peu favorable, les Français font de plus en plus attention à leurs dépenses et privilégient des solutions leur permettant d'accroître facilement leur pouvoir d'achat. Positionnée sur le marché de l'occasion, La Trocante propose des solutions de ventes et d'achats malins qui s'inscrivent complètement dans l'actualité et répondent de façon pratique aux besoins des Français.



La Trocante, portrait d'un réseau pragmatique qui répond aux besoins des consommateurs

La Trocante est un réseau spécialisé dans le dépôt-vente généraliste, en libre service, d'objets d'occasion issus d'univers et de gammes très variés : biens d'équipement, de loisir, de décoration, produits high-tech, bijoux, ...

Pour répondre aux besoins de chacun, La Trocante propose plusieurs formules : le dépôt-vente, l'achat cash, la vente aux enchères et le troc.

Le dépôt vente : le client reste propriétaire du bien dont il souhaite se séparer jusqu'à sa vente. Le client est réglé une fois l'objet vendu.

L'achat cash : La Trocante achète le bien au déposant et le règle immédiatement, lui évitant ainsi d'attendre que son produit trouve acquéreur.

Ce service achat cash permet aux franchisés d'atteindre une marge générale de près de 50 %, contrairement au dépôt-vente classique où la marge atteint généralement 35 %.

Le Troc : le déposant reçoit, en échange de l'objet qu'il vend, un bon d'achat 20 % supérieur à la valeur de rachat estimée du produit. Ce bon lui permet d'acheter des objets dans un des magasins La Trocante et donc de réinvestir dans le réseau.

L'achat cash et le troc sont des solutions concrètes qui permettent de répondre à un besoin réel et récent des clients : augmenter rapidement leur pouvoir d'achat.



Créé en 1977, le premier magasin La Trocante inaugure le concept de dépôt-vente d'articles d'occasion en France.

En 1982, le réseau compte sept magasins lorsqu'il est racheté par Pascal Lescouzères, un de ses concessionnaires.

Pour accompagner ce nouveau départ, le nouveau franchiseur redéfinit clairement le concept et met en place une stratégie de développement dynamique, qui rencontre rapidement le succès.

Depuis 25 ans, le concept et les modèles de dépôts-ventes proposés par La Trocante n'ont cessé d'évoluer.

Consciente des changements du marché, des attentes des clients et des franchisés, ou encore de la distribution moderne, La Trocante s'est dotée d'outils les plus performants afin d'assurer le bon développement du réseau :

- Une équipe d'informaticiens a été intégrée pour développer des logiciels de gestion commerciale et comptable, spécifiques à l'activité de La Trocante.
- Une charte de qualité sécurise les déposants et crédibilise l'activité et le réseau.
- L'organisation des magasins suit le principe de la grande distribution et garantit ainsi l'efficacité de l'activité.
- Des services sont mis en place pour fidéliser les clients et répondre toujours plus précisément à leurs besoins : estimation et enlèvement des produits à domicile, vente aux enchères, etc.
- Les magasins sont équipés d'un espace dédié high tech proposant des DVD, des jeux vidéo, de la téléphonie, du matériel informatique. Des vendeurs professionnels et spécialisés sont présents pour conseiller les clients. La création de ce corner a permis à La Trocante de toucher et fidéliser une clientèle plus jeune. Les magasins équipés d'un espace high tech réalisent des progressions annuelles de plus de 5 %.

« Aujourd'hui, La Trocante est entrée dans une nouvelle phase de développement grâce à la mise en place de nouvelles stratégies efficaces qui structurent et unifient le concept, fédèrent les franchisés et répondent précisément aux attentes et aux besoins des clients, de plus en plus soucieux de leur pouvoir d'achat.

Ces innovations passent notamment par l'acquisition d'un nouveau logiciel informatique qui permet aux franchisés de suivre encore mieux les clients tout en leur proposant des offres adaptées. Ils peuvent également développer de nouvelles stratégies de communication locale, de fidélisation et de gestion de clientèle. Les capacités de ce logiciel ouvrent de nouvelles perspectives d'évolution pour nos franchisés car ils peuvent désormais proposer en direct des produits ciblés et toucher une clientèle plus large.»



Pascal Lescouzères, Franchiseur La Trocante

Aujourd'hui, La Trocante compte 52 points de vente en France, un en Espagne et deux en Belgique. Trois magasins sont également en cours d'ouverture et ouvriront leurs portes d'ici la fin de l'année à Concarneau, Quimperlé et Dison en Belgique.

La Trocante souhaite poursuivre ce développement et recherche de nouveaux franchisés.



De belles perspectives de développement

Face à une conjoncture économique peu favorable, le marché de l'occasion est en nette progression depuis plusieurs années et ouvre de belles perspectives de développement pour le réseau La Trocante : depuis le début de l'année, le réseau Trocante a déjà réalisé une progression + 4,2 points par rapport à 2007.

L'objectif de l'enseigne est d'ouvrir en France une dizaine de magasins par an. Le réseau souhaite également poursuivre son développement à l'international, en s'implantant dans les pays limitrophes.



Profil type du franchisé La Trocante

Le franchisé La Trocante est un cadre dirigeant en reconversion. Dynamique et ambitieux, il doit posséder de solides compétences commerciales et avoir envie de créer, en toute indépendance, sa société.

Il a également l'envie et les capacités de manager et motiver une équipe de 5 à 6 conseillers de vente.

Il adhère au concept La Trocante et défend les valeurs du réseau. Il a une bonne connaissance du marché de l'occasion.



La franchise La Trocante

Droit d'entrée	34 000 €
Investissement global	Entre 150 000 et 250 000 €
Apport personnel conseillé	Entre 50 000 et 80 000 €
Surface conseillée	Entre 800 m ² et 1 500 m ²
Zone d'implantation	Ville de 50 000 habitants
Royalties	CA de 0 à 120 000 € : 2,5 % HT CA de 120 000 à 150 000 € : 2 % HT CA de plus de 150 000 € : 1,5 % HT
Redevance communication	1 % HT du CA
Maintenance informatique	1 620 € HT ¹ par an
Durée du contrat de franchise	9 ans renouvelables
CA annuel moyen après deux ans d'activité	920 000 €

¹ Coût au 01/01/2008, indexé de 3% par an



Les facteurs de rentabilité et fiabilité de l'investissement

- Pas de stock
- Une trésorerie toujours positive
- Peu d'emprunt
- Une gestion simple

A propos de La Trocante

Créé en 1977, le réseau La Trocante est spécialisé dans le dépôt-vente de bien d'occasions. Le réseau possède 52 magasins en France, en Belgique et en Espagne.

Visuels, interview, plus d'infos ?
Contacter 40 degrés sur la banque !



Contact Presse

Yaëlle Bourdeaux
40 degrés sur la banque
Tél. : 01 40 92 70 82
Fax : 01 40 92 95 33
Email : yaelle@banquise.com
www.banquise.com

Contact La Trocante

Stéphanie Temporal
Directrice de la communication
Tél. : 02 99 30 23 42
Fax : 02 99 67 65 63
Email : stephanie.temporal@trocante.fr
www.trocante.fr