

LA TROCANTE

DÉPÔT OU CASH !

Communiqué de Presse
Mars 2011



La Trocante repart en force

Forte de son entrée dans le Groupe FITROC (depuis octobre 2010), La Trocante prend un nouveau départ. Cette année, l'enseigne dope le développement de son réseau et propose à ses clients une offre différenciante.

La Trocante rejoint FITROC, N°1 européen du marché de l'occasion

Plus de 30 ans après sa création, le réseau de franchise La Trocante change de propriétaire et entre dans le Groupe FITROC, déjà détenteur de Troc.com. En octobre 2010, 33 franchisés La Trocante ont ainsi intégré le Groupe FITROC, qui compte désormais 210 magasins de dépôt-vente dans toute l'Europe.

Avec la reprise de La Trocante, FITROC a pour ambition « *de constituer un pôle unique sur le marché de l'occasion, au niveau européen, gage de pérennité et de puissance par rapport à une concurrence potentielle* » explique Henry Rustici, directeur général de La Trocante.

Le Groupe FITROC possède une solidité financière qui favorise les demandes de financements des futurs franchisés vis-à-vis des banques. L'appartenance à un grand groupe va permettre à La Trocante d'accélérer son redéveloppement et de valoriser son image.

Une offre complémentaire pour un leadership affirmé

FITROC va asseoir davantage sa position de leader européen et profiter de la complémentarité des concepts, des savoir-faire, des offres et services proposés par les deux réseaux de franchise La Trocante et Troc.com.

Quelles sont les particularités des 2 enseignes ?

- Alors que Troc.com réalise 80 % de son CA sur le dépôt-vente et 20% en achat-cash, La Trocante obtient la moitié de son chiffre d'affaires par l'achat-cash.

LA TROCANTE

DÉPÔT OU CASH !

Communiqué de Presse
Mars 2011

- Les surfaces de vente et les zones d'implantation sont différentes. Les magasins La Trocante ont une surface moyenne de 800 m² et sont implantés sur des grands boulevards extérieurs. Les boutiques Troc.com s'étendent quant à elles sur 1 200 m² et se trouvent en périphérie des villes.
- Enfin, l'offre n'est pas identique. Chez La Trocante, elle est composée à 50% de meubles et à 50% de produits multimédia et bijouterie. Pour Troc.com, l'offre est répartie pour les deux tiers dans l'ameublement, le reste étant destiné au secteur de la cuisine et l'art de la table, le culturel et les objets décoratifs.

La Trocante affiche ses ambitions

En 2011, La Trocante compte étendre son réseau avec une dizaine de nouveaux magasins en France et se réimplanter rapidement en région parisienne et en Rhône-Alpes.

Depuis le début de l'année, La Trocante s'est déjà implantée à Rennes (35) et au Kremlin-Bicêtre (94). Les prochains projets d'ouvertures concerneront les secteurs de l'Ouest et de Paris.

Les nouveaux magasins bénéficieront, de la nouvelle charte graphique La Trocante, plus actuelle et accessible. Celle-ci est actuellement en cours de déploiement dans tout le réseau.

La Trocante se démarque et développe ses offres

La Trocante souhaite conquérir la cible féminine. Pour cela, elle crée actuellement dans ses magasins des corners d'une surface comprise entre 20 et 50 m² dédiés aux bijoux, accessoires de mode et à la bagagerie.

Les clients toujours à la recherche de bonnes affaires verront aussi des offres de produits déclassés (produits neufs de grandes marques en fin de série à prix très attractif) se développer dans le réseau.

Enfin, des boutiques avec une offre culturelle et High-Tech d'une surface comprise entre 200 à 400 m², dédiées au *cash* sont en cours d'implantation dans tous les magasins.

Un avenir prometteur pour le marché de l'occasion

Aujourd'hui, 25% des transactions en vente et achat de seconde main s'effectuent au sein d'un dépôt-vente.



Communiqué de Presse
Mars 2011

En effet, bon nombre de consommateurs souhaitent aller en magasin pour voir et toucher le produit. Quelque soit leur profil, ceux-ci sont souvent à la recherche d'un avis d'expert, de services supplémentaires comme la livraison, ou tout simplement aiment flâner à la recherche de petits trésors.

Le concept « dépôt ou cash » est promis à un grand avenir. Fort du développement du marché de seconde main, il s'inscrit dans un mode de consommation courant et concerne un public très large.

Ainsi à La Trocante, la moitié des clients qui viennent vendre leurs produits, en achètent d'autres à cette occasion. Par ailleurs, un acheteur sur deux devient à son tour vendeur.

Une nouvelle organisation pour La Trocante

Afin de porter au plus haut les nouvelles ambitions de La Trocante, une nouvelle équipe dirigeante a été mise en place.

Elle est composée de :

- Henry Rustici, Directeur Général,
- Pierre Marzin, Directeur du réseau
- Jean-Luc Morlec, Directeur du développement,
- sous la direction de Jean-Pierre Boudier, fondateur de Troc.com, Groupe FITROC.

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

Contacts Presse



Caroline Masiuk
Tél. : 01 40 92 71 43
caroline@banquise.com
www.banquise.com