



50 nouveaux franchisés dans les 5 ans pour Troc.com

Alors qu'il vient d'achever une belle année 2018, enregistrant 77 millions de CA, le réseau **Troc.com** confirme son statut de leader européen de l'occasion et aborde l'année 2019 avec de nouvelles ambitions.



Au cours des 5 prochaines années, le réseau entend renforcer encore davantage son maillage européen en accueillant **50 franchisés supplémentaires**. En s'appuyant sur ces prévisions de développement, Troc.com vise à atteindre les **100 millions de chiffre d'affaires annuel d'ici 5 ans**. Mais cette croissance passera aussi par une optimisation du concept Troc.com vers toujours plus d'omnical et d'écocitoyenneté, en phase avec l'évolution des habitudes de consommation.

Un maillage toujours plus conséquent du territoire

Depuis 1982 et l'ouverture du tout premier magasin Troc de l'île, l'enseigne qui, entre temps, est devenue Troc.com a parcouru bien du chemin. Aujourd'hui, Troc.com est un réseau d'envergure européenne, comptant quelque **100 magasins de plus de 1000m² en France, Belgique, Luxembourg, Allemagne et Espagne**.

La France reste le 1er marché du leader de l'occasion, avec déjà 63 magasins en activité dans l'Hexagone et de nombreuses opportunités encore à saisir pour les candidats à la franchise. Troc.com souhaite en effet affiner encore son maillage du territoire national en accompagnant de nouveaux entrepreneurs franchisés dans leur projet d'**ouvrir un magasin d'achat cash et dépôt-vente de biens d'occasion** sur des secteurs identifiés pour leur potentiel. Le réseau vise, entre autres, à renforcer sa présence à Toulouse, Bordeaux ou encore Lyon. Mais de nombreux autres secteurs présentant le potentiel pour ouvrir un magasin Troc.com sont à pourvoir partout en France. Une zone de chalandise de 70.000 personnes suffit pour implanter un magasin Troc.com rentable.



Outre le marché français, Troc.com travaille également à accroître sa présence européenne. L'enseigne souhaite notamment poursuivre son **expansion en Belgique**, où elle compte déjà 27 points de vente. Troc.com entend également exploiter les marchés du **Sud de l'Europe** en développant des partenariats avec des franchisés ayant les capacités et l'ambition d'ouvrir, à terme, plusieurs magasins.

L'omnical pour un parcours client optimisé

Spécialiste de l'occasion, Troc.com doit répondre à deux typologies de clients : ceux qui vendent et ceux qui achètent. Pour les premiers, l'enseigne a mis en place une **offre de services unique**, facilitant à l'extrême la vente d'un bien d'occasion. Pour **vendre un objet d'occasion dans un magasin Troc.com**, rien de plus simple. Après un premier contact en magasin, le vendeur a accès à tout un panel de services. Outre l'**estimation gratuite** de son bien, il peut profiter de conseil d'expert pour la définition de son prix de vente, de l'enlèvement à domicile si nécessaire ou encore d'un relooking. Exposé en magasin, son bien est aussi visible sur le site de Troc.com qui gère également la relation avec les futurs acheteurs. Une approche exclusive et exhaustive qui permet de vendre ses objets d'occasion sans contrainte.

Pour les acheteurs aussi, **Troc.com a largement optimisé le parcours client**, intégrant notamment une inévitable approche digitale et omnicanal dans sa stratégie commerciale. Depuis 2017, le parc de magasins Troc.com est progressivement rénové pour offrir une expérience d'achat toujours plus plaisante à ses clients. Le déploiement de ce **nouveau concept de magasin Troc.com** va se poursuivre au cours des deux prochaines années. Et si le réseau optimise ses points de vente pour une meilleure expérience client en magasin, il renforce également sa présence digitale avec, notamment, la mise en ligne imminente d'une **nouvelle version de son site internet** faisant la part belle à l'e-commerce et visant à accroître encore davantage le trafic en magasin.

Troc.com, acteur de l'économie circulaire

A travers ces nouveautés, Troc.com s'affirme comme une enseigne de biens d'équipement de la maison et de loisirs proche des consommateurs et en phase avec l'évolution des habitudes de consommation. Et cette évolution de la consommation c'est aussi l'**essor des considérations éthiques et d'éco-citoyenneté dans l'acte d'achat**. Là encore, Troc.com se positionne comme une enseigne dans l'air du temps en favorisant le **réemploi d'objets** et en permettant aux consommateurs de leur donner une seconde vie.

Le concept même de Troc.com est basé sur le principe de l'**économie circulaire** qui, avec la prise de conscience de l'urgence écologique ces dernières années, s'est inscrit comme une tendance sociétale forte. Troc.com a pleinement profité de la montée en puissance de cette tendance pour valoriser son **concept d'achat et dépôt-vente de produits d'occasion** et offrir aux consommateurs la possibilité d'adopter une **démarche éco-citoyenne** dans leur acte d'achat tout en gagnant en pouvoir d'achat. « *Nous sommes heureux de participer au développement de l'économie circulaire et d'apporter, par notre expérience quotidienne, notre contribution à ce secteur en plein essor, déclare Fabrice Baj* », directeur général de Troc.com.