

100 magasins en Europe
dont 63 en France



UNE OFFRE & UN POSITIONNEMENT UNIQUES

SUR UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR



Institut de
l'économie circulaire



DEVENIR FRANCHISÉ TROC.COM UN **PROJET GAGNANT**

TROC.COM, **UNE ENSEIGNE
DYNAMIQUE AU COEUR DE
L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE**



Une **marque engageante** qui propose :

- ✓ Une approche omnicanale pour un parcours client optimisé
- ✓ Une offre généraliste favorisant le pouvoir d'achat des ménages
- ✓ Un concept éco-citoyen de plus en plus ancré dans le comportement des consommateurs.

Des **services exclusifs** pour les **consommateurs**

- ✓ Pour les vendeurs : on s'occupe de tout (estimation, achat cash ou dépôt-vente, enlèvement, vide-maison, exposition des biens en magasin et sur Internet)
- ✓ Pour les acheteurs : garantie, facilités de paiement, livraison à domicile.

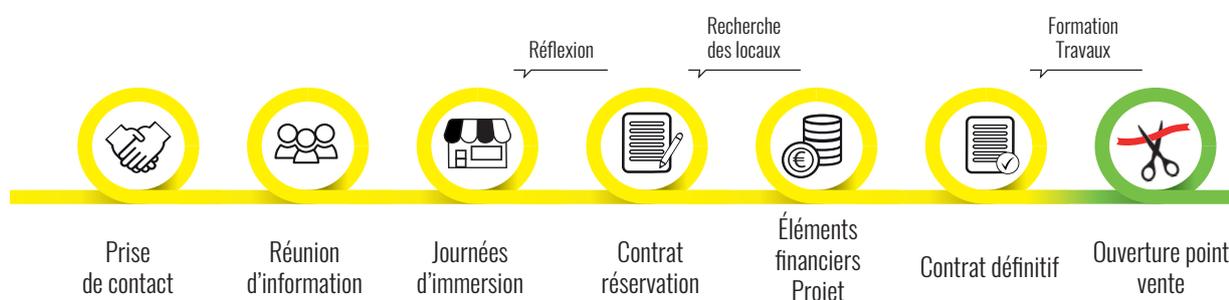


LA FRANCHISE TROC.COM

UNE FRANCHISE GAGNANTE !

- Une expertise et un savoir-faire largement expérimentés
- Un concept fort centré sur l'économie circulaire
- Un marché porteur bénéficiant de fortes réserves de croissance
- Une stratégie omnicanale au service des magasins
- Un site Internet fort de 4 millions de visiteurs uniques par an
- Un service «zéro-contrainte» unique sur le marché

Déroulement de votre projet



Chiffres clés

6 milliards d'euros

Volume du marché |

60 000 à 70 000 hab.

Zone de chalandise minimum |

40 000 à 70 000 euros

Apport personnel (selon le projet) |

1000 m² minimum

Surface de vente |

30 000 euros

Montant du droit d'entrée |

160 000 euros

Investissement total (hors immobilier) |

9 ans

Durée du contrat de franchise |

3%

Redevances en part du volume d'encaisse TTC |

6/7 ans

Retour sur investissement |

PAROLES DE **FRANCHISÉS**



J'ai rejoint Troc.com en tant qu'apprenti à 16 ans avant de racheter le magasin en 2016. Le franchiseur a joué un rôle essentiel dans les négociations avec le cédant et le montage financier. Après seulement quelques années, cette relation franchiseur-franchisé m'a permis de développer fortement mon activité. Je mets aujourd'hui en œuvre les orientations de l'enseigne sans réserve, ce qui constitue une raison essentielle de mon succès. Ces orientations sont concrètes, testées et souvent novatrices. Le dernier projet : la création d'un rayon friperie. Encore une fois, le franchiseur a été très présent dans sa mise en œuvre grâce notamment à un réseau d'animation disponible et compétent. Élu meilleur franchisé de l'année aux Trophées des « Meilleurs Franchisés et Partenaires de France » en 2018 je suis reconnaissant à l'enseigne de m'avoir accompagné efficacement et permis de devenir mon propre patron.

Mathieu Mefta, ROMANS SUR ISÈRE



Après l'ouverture de mon magasin il y a près de 10 ans aux Sables d'Olonne j'ai souhaité bénéficier du contrat multi-site que me proposait le franchiseur et ouvrir un second magasin à La Rochelle. C'est le premier magasin Troc.com à avoir mis en place le concept visant à améliorer le parcours client et l'expérience d'achat. Le magasin a rapidement démarré. Les résultats sont conformes aux objectifs que nous nous étions fixés au démarrage. Avec ce deuxième magasin, mon métier a changé, je suis plus axé sur le management d'équipe. La refonte du site www.troc.com entreprise début 2019 permettra sans nul doute de générer plus de trafic encore, en multipliant les points de contact avec le consommateur.

Nicolas GUIGNARD, multi-franchisé LA ROCHELLE ET LES SABLES D'OLONNE



Franchisé Troc.com depuis près de 15 ans, j'ai renouvelé mon contrat de franchise il y a 5 ans maintenant. Si notre métier a fortement évolué depuis ces 10 dernières années avec l'avènement des sites de ventes de produits d'occasion en ligne, à aujourd'hui seul Troc.com offre un ensemble de services innovants et pratiques pour accompagner au mieux les consommateurs dans la vente de leurs objets d'occasion (estimation à domicile, enlèvement, vide-maison...). C'est une véritable valeur ajoutée que ne proposent aucun de nos concurrents et qui nous permet de faire la différence. Aujourd'hui je réalise plus d'une dizaine d'estimation à domicile par jour, preuve que le marché a encore de fortes réserves de croissance. La démarche éco-citoyenne de nos clients est aussi de plus en plus marquée, les modes de consommation changent. C'est une satisfaction pour moi de participer au quotidien à cette évolution des comportements.

Stéphane Elou, RENNES

DEVENEZ FRANCHISÉ RDV SUR

franchise.troc.com



ou contactez Delphine Bourde
au **04 90 15 14 28** ou par e-mail : d.bourde@troc.com



Leader européen de l'occasion



UNE STRATÉGIE **WEB TO STORE**



100 POINTS DE VENTE

Plus de 100.000m² en Europe



UN SITE INTERNET PUISSANT

4 Millions de visiteurs uniques par an

LES CLÉS DU SUCCÈS



Un concept fort
pour un marché porteur



Une enseigne
leader



Un investissement
mesuré

Une question ? Un projet ?
Contactez Delphine Bourde
au **04 90 15 14 28** ou par e-mail : d.bourde@troc.com



www.franchise.troc.com



NOTRE ENGAGEMENT

À VOS CÔTÉS



UN ACCOMPAGNEMENT PAS À PAS

AIDE AU DÉMARRAGE :

- Définition du projet d'implantation
- Étude et élaboration du business plan
- Recherche du local d'exploitation
- Étude des baux commerciaux et négociation
- Aide aux différentes formalités administratives (création de la société, CDAC, PC, sécurité, etc.)
- Recherche du financement du projet auprès des organismes financiers
- Mise en place des logiciels informatiques
- Détermination du plan média et achats d'espaces
- Constitution du stock de démarrage

UNE FORMATION ADAPTÉE ET PERFORMANTE

FORMATION INITIALE

- Une formation de deux mois minimum au siège et en magasin sur :
 - Logiciel d'exploitation et de gestion
 - Gestion commerciale du point de vente
 - Formation et management des équipes
- Un programme pédagogique complet avec outils et stages adaptés et un contrôle régulier des connaissances

FORMATION PERMANENTE

- Possibilité de réactualiser ses connaissances ou celles de son personnel pendant toute la durée du contrat
- Formation continue à thèmes (réseaux sociaux, communication, vente, management...)

AIDE À L'OUVERTURE

- Nos équipes commerciales et marketing à vos côtés, avant et lors de l'ouverture

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION GLOBALE

COMMUNICATION NATIONALE AU SERVICE DES MAGASINS

- Un service de 4 personnes est dédié à la communication.
- Plan d'investissements élaboré au niveau national en collaboration avec un groupe de franchisés référents
- Investissements significatifs réalisés dans les médias classiques et digitaux (référencement naturel, référencement payant, social media)
- Programme proactif de relations publiques tous supports.

ACCOMPAGNEMENT POUR LES ACTIONS LOCALES

- Le service communication agit également en support des franchisés pour toutes leurs actions locales :
 - Négociation des contrats cadre avec prestataires spécialisés
 - Guide et outils de communication
 - Conception de campagnes
 - Réalisation des supports
 - Formation

APRÈS OUVERTURE, UN ANIMATEUR RÉSEAU DÉDIÉ VOUS ACCOMPAGNE DANS L'OPTIMISATION DE VOTRE ACTIVITÉ (COMMERCE, GESTION, MANAGEMENT...).



www.franchise.troc.com

