

Date : 16/06/13

AC Franchise / franchise, troc et achat vente d'occasion

Marché du troc et achat vente d'occasion :

Pour certains, le marché de l'occasion n'en serait qu'à ses débuts. Ils avancent que seulement 0,5 % de la consommation des ménages passe par ce marché. Le chiffre d'affaires pour l'année 2012 était de 550 M€. Pour d'autres, c'est un marché cyclique qui profite de la crise. Qu'en est-il vraiment ? Y a-t'il une véritable tendance de fond ? Ecologie et économie font-ils vraiment que ce marché a de l'avenir ?

Profils de l'acheteur et du vendeur.

D'après une étude Xerfi de Janvier 2013, le profil de l'acheteur de biens d'occasion a entre 25 et 49 ans, il est diplômé et a un revenu mensuel supérieur à 3 000 €. Ces chiffres démontrent bien la démocratisation du marché de l'occasion. Contrairement aux idées reçues, ce ne sont donc pas seulement les familles les plus modestes qui profitent de cette nouvelle manière d'acheter. L'achat malin existe.

Quant aux vendeurs de biens d'occasion, ils apprécient surtout le fait d'obtenir en cash, si possible au juste prix, le fruit de leur vente et ce pour un bon nombre d'objets. L'opportunité de gagner de l'argent en revendant des biens devenus inutiles apporte une bouffée d'oxygène dans le budget des vendeurs.

Et, il y a aussi le côté écologique qui est pris en compte par les deux parties. Pour l'acheteur, donner une nouvelle vie à un objet tout en pratiquant un achat 'malin' fait partie des nouvelles tendances commerciales et sociales. Et pour le vendeur, avoir un profit sur un bien qui aurait pu être destiné à la poubelle donne un sentiment de participation au renouvellement écologique tout en bénéficiant d'un apport financier. Cela donne bonne conscience tout en rapportant un peu d'argent.

Fonctionnement du marché de l'occasion.

Évaluation du site

On trouve sur ce site des articles et des communiqués de presse qui traitent de l'actualité du monde de la franchise. Le site propose également des services aux franchiseurs et aux franchisés.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 12

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Toujours d'après cette même étude Xerfi , l'utilisation d'Internet a joué en rôle dans ce marché, en permettant une visibilité plus large et plus complète, en permettant un comparatif des prix et en délocalisant les offres. Mais, utilisé seul, ce type de e-commerce ne peut pas être utilisé pour le marché de l'occasion.

Il est difficile d'appréhender à distance ce marché non normé. Dans l'achat d'un bien d'occasion la vue et le toucher jouent un rôle primordial pour l'acheteur. Cette recherche de contact physique avec un objet fait partie de l'achat 'plaisir'.

Pour découvrir de plus amples informations sur le secteur, cliquez et découvrez les besoins en recrutement des réseaux de franchise de commerce spécialisé. Nous vous invitons également à regarder les vidéos sur les franchises de commerce spécialisé.

Ces trois dernières années, de nombreuses franchises on vu le jour. 400 enseignes œuvrent dans le domaine en comptant les enseignes des franchises, des succursalistes et des isolés et parmi elles certaines franchises se démarquent. Tel est le cas de la franchise **Cash Express** et de Cash Converters. La première à atteint la barre des 100 unités et la seconde s'en rapprocherait. D'autres enseignes telles que la franchise Easy Cash (avec 87 points de vente), la franchise Happy Cash et Cash Planet se concurrencent sur ce marché.

Les franchises Troc.com et la Trocante, appartenant au même groupe depuis 2011, fédèrent à elles deux 130 points de vente. Avec un chiffre d'affaire de 120 millions d'euros, ces enseignes peuvent se targuer d'occuper la première place du marché de l'occasion même si elles ont perdu plusieurs magasins ces dernières années. Après avoir œuvré dans le dépôt vente les deux enseignes ont entamé le virage de l'achat /vente.

De nouvelles approches au sein des franchises d'achat/vente d'occasion

Alors que certaines enseignes cherchent à marquer la différence par le service, comme la franchise Easy Cash qui offre des services d'extension de garantie, d'autres cherchent à s'implanter en centre-ville. En effet d'après l'étude trois quart des ouvertures prévues cette année seront inaugurées en centre-ville.

En exemple, la franchise Cash Express, qui a opté pour une stratégie d'implantation en centre-ville en échangeant les formats de 350 m² pour des superficies de 70 m². « Nous ne faisons que suivre l'évolution du commerce et des grandes enseignes de la distribution qui reviennent en centre-ville », explique le franchiseur. Augmenter le chiffre d'affaire est l'argument annoncé par ces enseignes qui cherchent, en s'implantant en centre-ville, à cibler des consommateurs au pouvoir d'achat plus important.