

Commerce

Les bons choix pour 2013

Nouvelle formule

Minceur, esthétique, forme
20 modèles gagnants à suivre

L 12940 - 42 - F. 6,90 € - RD



Nouveaux paysagistes

Avec Robin Ramoussot,
PDG de Cardinal Jardin.

CardinalJardin
Designers d'extérieur

Troc - dépôt vente

L'envolée de Planet Cash

Les bonnes affaires de Michel Rouault

Planet-Cash
100% CASH, 100% DISCOUNT

Lafont
presse

OPPORTUNITÉS

- B2B & Services aux entreprises
- Immobilier commercial

ENTREPRENDRE

Réussir sans argent par Robert Lafont



PANDORA

Arrivée remarquable en franchise des bijoux personnalisables

LOISIRS

Des réseaux mobilisés pour le plaisir du consommateur

CONSEILS JURIDIQUES

Les pièges du contrat de franchise par M^e Dominguez

www.lafontpresse.fr

EN VOGUE

Dépôts-vente : Dopés par la crise !

Les Français ont intégré le fait que les indicateurs économiques ne sont pas au beau fixe et ils souhaitent plutôt modifier leur consommation et non pas la limiter. Le marché de l'occasion, de la seconde main, du vintage, de la récupération comme on veut le nommer entre donc dans les habitudes d'une partie de la clientèle contemporaine. Les dépôts-vente en franchise en profitent !

Les chiffres des enseignes du secteur le prouvent, l'achat-vente d'occasion représente un marché florissant et en développement constant, dont le chiffre d'affaires global est estimé à plus de 7 milliards d'euros !

Une croissance à deux chiffres

Avec une croissance indécente, en progression de + 15,1% (parc total, toutes enseignes confondues), le secteur de l'occasion se porte bien quelle que soit la conjoncture. Il est approvisionné par le marché du neuf en période de relance, et boosté, en période de crise, par le désir du consommateur de dénicher la bonne affaire, devant l'affaiblissement de son pouvoir d'achat. 17% des équipements mobiliers se font sur le marché de l'occasion : 26% dans des dépôt-vente, 25% par petites annonces, 23% aux puces, 13% chez les brocanteurs et 13% par un autre biais. Dépôt-vente, cash, brocanteurs, puces, solderies, la concurrence est toujours aussi féroce sur ce créneau porteur. Tous se disputent le leadership du marché de l'occasion. Près de 13 000 entreprises sont recensées sur ce secteur, dont 90% d'indépendants, ce qui représente 1 500 points de vente estimés.

Des cibles très larges

Historiquement, le marché de l'occasion est né par les petites annonces. Au fil du temps, il a pris une place prépondérante dans le mode de consommation des Français. Longtemps considéré comme un commerce de crise, destiné aux catégories socio-profes-



1 500 points de vente sont recensés dans ce secteur.

sionnelles les plus défavorisées, il concerne aujourd'hui 66% de la population, toutes catégories confondues. Les « troqueurs » sont aussi bien des hommes que des femmes, âgés de moins de 50 ans et appartenant à toutes les CSP. 57% sont acheteurs, 27% vendeurs et 16% font les deux. S'ils vivent partout en France, 23% d'entre eux sont parisiens.

Un avenir prometteur

Au regard des rendez-vous incontournables que sont devenus les soldes deux fois par an, et de la volonté farouche du consom-

mateur « d'acheter malin », le marché du dépôt-vente a encore de beaux jours devant lui. Le client privilégié de plus en plus l'achat d'occasion pour se meubler, décorer son intérieur, s'habiller et même se parer de bijoux. Ainsi, il allie l'utile à l'agréable : se débarrasser de ses anciens biens, pour en acheter de nouveaux au meilleur prix. Force est de constater que l'achat et la vente d'occasion sont finalement devenus de véritables loisirs, voire un sport national : chacun prend plaisir à chiner, pour trouver des produits originaux, voire inédits et à des prix défiant toute concurrence.

De nouvelles habitudes

Même pour les cadeaux, une partie des Français cède à la tentation de l'occasion. Il est facile de constater le phénomène rien qu'en observant la multiplication de sites Internet qui proposent des objets, accessoires et vêtements de seconde main, généralement de marques haut de gamme, qu'il est ainsi possible de se procurer à bon prix. Dans un autre style, mais toujours dans la même tendance, les vide-greniers sont devenus aujourd'hui un grand classique de bon nombre de foyers français. Après tout, la voiture a lancé le mouvement il y a déjà bien longtemps.

L'écologie et la préoccupation développement durable viennent également favoriser le marché ; jeter n'étant plus vraiment politiquement correct. Au contraire, l'occasion a aujourd'hui ses lettres de noblesse. Le sentiment de culpabilité augmente d'ailleurs si l'on gaspille, que l'on évoque les appareils électroniques ou les livres.

Des avantages certains

La plupart des entreprises de dépôts-vente de mode sont généralement de petites sociétés, souvent des TPE qui sont installées en centre-ville et disposent d'une clientèle qui devient en fait le fournisseur du commerce. Il convient en effet d'avoir de pouvoir être à même d'approvisionner suffisamment le stock pour pouvoir dégager un revenu suffisamment important. Mais le grand avantage de ce type de commerce est que l'on ne doit avancer aucune trésorerie étant donné que le stock est la plupart du temps gratuit, et payé après la vente. Et si l'on parle de grandes enseignes, les particuliers qui apportent la marchandise ne sont réglés qu'après un délai de paiement qui assure normalement d'avoir déjà vendu l'article en question.

Les réseaux à connaître

La franchise est très bien placée sur le secteur avec quelques enseignes fortes. Les enseignes en franchise sont *La Trocante*, *Troc.com*, *Gold Swiss Service*, *Cash Converters*, *Cash Express*, *Easy Cash*, *Planet Cash*, *la Foir'Fouille*... Dépôt vente et achat cash sont donc des concepts d'actualité.

Si au tout départ ces entreprises étaient implantées uniquement en zone périphérique, aujourd'hui les enseignes ont pris le parti de décliner plusieurs formats, et plusieurs surfaces. Cela permet aux candidats de pouvoir se lancer avec des investissements moins importants. C'est le cas par exemple



Avec une croissance indécrite, en progression de + 15,1% (parc total, toutes enseignes confondues), le secteur de l'occasion se porte bien.

de *Cash Converters*. D'autres comme *Troc.com* ont préféré décliner via le web, les boutiques en ville imposant trop de problèmes logistiques.

Le cœur du métier est de savoir sélectionner la bonne gamme d'articles et de les acheter à prix minime. Une compétence qui s'apprend via les formations des franchiseurs qui recherchent des personnes qui ont un véritable esprit commercial.

Un principe qui fonctionne

Le principe est assez simple et bien connu. Un particulier confie un objet à un commerçant qui le vend à sa place. Le paiement n'intervient que lorsque la vente a effectivement eu lieu et le commerçant est rémunéré par une commission sur le prix de vente. La commission est éminemment variable, elle peut aller de 20% à 75% du prix en fonction de la catégorie de biens.

En France, il n'y a pas à proprement parler de contrat entre le particulier et le commerçant qui fournit normalement un reçu qui doit cependant valider certains points :

- La date de dépôt est celle où le commerçant devient responsable des objets confiés. S'ils sont entreposés dans un local par exemple, en cas d'incendie ou de vol, c'est son assurance qui entrera en jeu. Le client n'a pas à participer à cette assurance. C'est la commission qui doit couvrir ce type de frais.

- Le prix de vente du bien, et de ce fait celui qui va toucher le propriétaire est fixé au moment du dépôt. Il s'agit d'un accord à l'amiable qui peut éventuellement être modifié si un nouvel accord survient pour que la vente ait effectivement lieu.

- Une date limite au dépôt est prévue. Le propriétaire doit ensuite venir récupérer son objet.

- L'objet est décrit de façon précise sur le mandat de dépôt afin qu'il n'y ait pas de réclamation possible. Ainsi, s'il s'agit d'un vêtement, il doit être en excellent état, nettoyé, et doit être récupéré sans autre défaut (vérifier les déchirures, etc). Le commerçant doit bien vérifier le bien, car il n'a pas à reve-

nir ensuite sur un défaut constaté a posteriori qui a pu intervenir chez lui.

A noter que les points de vente pratiquant ce métier offrent souvent un prix de rachat fixé par avance sur lequel le déposant donne son accord. Ce qui lui laisse toute liberté de fixer son prix de vente. Cela est une dérive acceptée dans la plupart des cas, mais qui ne se justifie vraiment que lorsqu'il y a intervention du commerçant : par exemple, une réparation, un entretien pour rendre le produit plus attractif.

Le dépôt-vente est un métier

Le principe est tellement simple, que les créateurs d'entreprise en manque d'idées peuvent se pencher sur la question en se disant : après tout, pourquoi pas ? En effet, l'opportunité existe, mais il ne faudrait pas penser que le métier peut s'exercer du jour au lendemain, du moins durablement.

Le marché de l'occasion connaît un bel essor, ce qui est déjà un point positif pour se lancer. Vient ensuite le moment de choisir son créneau. En effet, il existe peu de généralistes sur ce marché.

En fonction du créneau choisi, le créateur doit avoir les connaissances requises pour se lancer, en particulier un réseau lui permettant d'avoir l'assurance qu'il pourra avoir une offre permanente et renouvelée.

> Un métier basé sur l'achat

Pour un commerçant, savoir fixer le bon prix

Les grands créneaux du dépôt-vente

- Vêtements et accessoires : ce sont les plus courants et les plus connus des femmes. Mais au-delà du secteur en tant que tel, le créateur doit choisir un segment : luxe, moyenne gamme, enfant, tenues de soirée, etc.
- Enfant et puériculture
- Electroménager
- Mobilier
- Bijoux et accessoires
- Généralistes : on retrouve des indépendants ou des franchises telles que *Troc.com*
- Secteur spécifique pour entreprise, par exemple hôtellerie-restauration.

Des précautions à suivre !

- Attention à vérifier si des frais de dépôt sont prévus. Généralement, le dépôt est gratuit pendant une période donnée. Ensuite, des frais peuvent intervenir (après 1, 2 ou 3 mois).
- Certaines affaires se créent et disparaissent à la vitesse de l'éclair. Mieux vaut donc confier ses articles à un dépôt-vente qui a pignon sur rue depuis déjà un certain temps. Certains indécis n'hésitent pas à plier boutique ou à envoyer des chèques sans provision. Le nombre de dépôts-vente connaît un véritable essor dans la plupart des grandes villes, mais tous ne survivent pas, loin de là.
- Toujours valider l'état dans lequel le produit est confié au moment de la transaction et garder une photo, en particulier s'il s'agit d'un objet qui a une certaine valeur.
- Contrairement à ce que la logique semble indiquer, les dépôts-vente fonctionnent mieux lorsque l'économie est en pleine santé. En effet, les clients qui viennent déposer de l'occasion sont généralement des personnes qui souhaitent acheter du neuf. Or, en période de crise, les achats sont généralement remis à plus tard, ce qui n'est pas bon pour ce type de commerce.

de vente est évidemment essentiel. Dans le domaine du dépôt-vente, cela est relativement simple, car le prix de neuf est une référence dans bien des cas. Mais le succès dépend surtout de l'expertise dans l'achat.

Deux qualités primordiales sont nécessaires :

- Etre à même de négocier le bon prix net qui sera reversé au propriétaire. C'est là que la rentabilité du magasin va pouvoir s'effectuer. Se tromper sur une évaluation signifie souvent une non-vente.

- Disposer d'un réseau suffisamment important pour que l'assortiment du magasin soit sans cesse renouvelée, et suffisamment important en termes de choix (et de tailles s'il s'agit de vêtements, ou de chaussures). C'est la raison pour laquelle les articles tels que les sacs à main et les bijoux sont plus faciles à vendre.

Ce dernier point est souvent sous-estimé par les créateurs. Ainsi, une femme qui pense ouvrir un dépôt-vente de prêt-à-porter haut de gamme ne doit pas se contenter d'avoir



quelques amies prêtes à lui confier les vêtements de l'hiver dernier. Avant même de se lancer, il s'agit de créer son réseau de « fournisseurs » particuliers, de façon quasiment professionnelle.

De même, lorsque l'on se lance dans l'aventure d'un magasin généraliste, le métier consiste à faire suffisamment de publicité pour ne pas dépendre que du bouche-à-oreille pour récupérer des objets. Ainsi, il faut aussi se tenir informé des faillites de certains commerces où il est possible de racheter pour un prix dérisoire tout un assortiment qu'il sera ensuite possible de vendre à un prix permettant d'engendrer de bons bénéfices. A noter qu'en moyenne, un article doit être écoulé en un mois maximum pour que le chiffre d'affaires soit significatif.

> Une organisation du travail

Le créateur est souvent seul dans sa boutique et a parfois du mal à trouver le temps nécessaire pour s'organiser à faire cette prospection. Or, il faut prévoir dans son organisation future du temps pour gérer ce

côté si l'on souhaite que l'aventure continue. En effet, les clients qui passent dans le magasin recherchent souvent un produit bien précis. Ils peuvent venir plusieurs fois sur des périodes assez courtes afin de repérer si un nouvel arrivage a eu lieu. S'il voit que le stock est toujours le même, il ira voir ailleurs. Tous les clients ne sont pas des visiteurs souhaitant faire un cadeau bon marché en période de fêtes ou d'anniversaire, il y a aussi une clientèle qui passe régulièrement justement pour vérifier les arrivages.

L'atout n°1 du dépôt vente

En tant qu'entrepreneur, le système du dépôt-vente comporte un avantage fabuleux : la trésorerie. En effet, le stock est en quelque sorte gratuit, du moins en grande partie. En effet, les propriétaires du stock ne sont réglés que lorsque le produit est vendu, un atout extrêmement important lorsque l'on est un jeune entrepreneur qui n'a pas des finances extensibles. Même si vivre sur cette avance de trésorerie n'est pas un mode de fonctionnement pérenne, il permet parfois de passer des moments difficiles, assez normaux lors d'un début d'activité, et même les premières années. Un système très séduisant qui permet effectivement de parvenir au succès, si les autres qualifications requises sont bel et bien présentes.

Quid d'Internet ?

Internet est bien entendu un intervenant majeur du créneau et a joué un rôle important dans son développement. En premier lieu, via des systèmes parallèles, comme les

Un site à connaître : www.depotsvente.fr

Un site d'information qui cherche à répertorier tous les dépôts-vente de France. Le classement est fait par département. Les établissements adhèrent pour 50 euros par an et les internautes peuvent effectuer leur recherche en cliquant sur la carte de France et en choisissant entre trois catégories : mobilier/achat-vente/vêtement. La liste n'est pas exhaustive.

ventes aux enchères sur eBay ou sur le site PriceMinister qui sont des dépôts-vente virtuels. Le succès immense de ces sites, suivi par bien d'autres, a permis de confirmer que chaque foyer français disposait d'objets désormais inutilisés ou de cadeaux inutiles

Aujourd'hui, au-delà de ces sites, Internet est utilisé comme un outil de communication majeur par les grandes sociétés généralistes de dépôt-vente. A tel point qu'un entreprise telle que *Troc-de-l'Île* est devenu *Troc.com*. Les Français ne souhaitent plus garder chez eux des objets inutilisés, surtout lorsqu'ils déménagent ou ont besoin d'argent.

Quelles nouvelles tendances ?

Le marché tend à s'organiser ; une évolution logique face à l'explosion du nombre d'entreprises. Il est en effet organisé à ce jour entre grandes enseignes généralistes qui se situent en périphérie des villes et petites TPE en centre-ville.

A présent, de nouvelles tendances apparaissent qui vont vers une segmentation plus fine. Car les clients sont de toutes sortes : de l'ouvrier au cadre supérieur, tout le monde peut franchir le seuil d'un dépôt-vente ou aller dans un vide-grenier. Les femmes bricolent et retapent en faisant de la « récup » et les hommes collectionnent des objets de toutes sortes.

La grande tendance aujourd'hui en particulier chez les indépendants qui sont plus souples pour réagir aux besoins du marché est le dépôt-vente à thème.

• **Le thème enfant prend de l'ampleur.** Il s'agissait au départ de proposer des vêtements, mais aujourd'hui ce n'est plus le cas : au-delà du textile, on retrouve les meubles,

Pl@net-Cash de Michel Rouault en chiffres...

- Un chiffre d'affaires en constante progression :
=> Plus de 8,5 M d'€ en 2010, soit une progression de 25% par rapport à 2009.
- Nombre de Clients «achat» en progression de 27,1% en 2010 (près de 73 800 passages en caisse).
- Nombre de Clients «vente» en progression de 20,3% en 2010 (plus de 290 900 passages en caisse).
- Le panier moyen est passé de 28,8 € en 2009 à 29,4 € en 2010, soit une progression de près de 4%.
- Plus de 100 000 produits disponibles sur le site de vente en ligne www.planet-cash.com
- Pl@net-Cash, c'est 85 collaborateurs, 20 magasins à ce jour et 10 ouvertures prévus à fin 2012.

les poussettes, les parcs, chaises hautes, sièges auto, en bref tout l'univers bébé dans son intégralité.

- Dans un autre style, on retrouve à présent, **des univers ado-adultes** : disques, jeux vidéo, platines anciennes, anciens jeux vidéo, avec ce petit côté nostalgique et collection.
- **Les robes de mariées** sont aussi un créneau, tout comme les jeans vintage, recherchés par une certaine cible.
- Dernière niche qui tend à se développer sur l'exemple des journées organisées par Decathlon sur les produits d'occasion en bon état : **les articles de sport**. Qu'il s'agisse de textile, mais aussi d'appareils (du rameur aux skis).

Cette tendance va continuer à s'accroître, car la segmentation permet d'aller sur toutes sortes de niches encore inexploitées. Par exemple, l'univers cuisine, salle de bains ou le jardinage/plein air... Attention, quand même,

à choisir un créneau suffisamment large pour pouvoir en vivre. A noter qu'avec le régime auto-entrepreneur, des créateurs se lancent aussi à domicile, pour avoir une activité complémentaire et un revenu secondaire.

L'exemple gagnant de Pl@net Cash

Voici une enseigne de la société Cash Partners, enseigne créée en 1996 et reprise en 2008, dont le PDG est **Michel Rouault**. Son ancienneté en fait un des grands spécialistes du Cash. L'enseigne de dépôts-vente Pl@net Cash a développé en 2011 dix nouvelles ouvertures de magasins en licence de marque, sur l'ensemble du territoire ainsi qu'à l'international.

Reprise en 2008 par Michel Rouault et Pascal Manigand, Pl@net-Cash, 1^{ère} enseigne d'achat/vente cash de produits d'occasion, ne cesse d'évoluer. Elle compte à ce jour 20 magasins implantés partout en France, 70 collaborateurs et développe un CA annuel de 6,8 M d'€ (2009). Pl@net-Cash est spécialiste, depuis 1996, de l'achat et de la vente d'articles d'occasions en tous genres aux particuliers. Jeux vidéo, produits High-Tech, informatique, livres, CD, téléphonie mobile, bijoux, jouets, instruments de musiques, etc... Pl@net-Cash achète cash aux particuliers des produits dont ils n'ont plus l'utilité. Une fois testés, ils sont mis en vente en magasin et proposés entre 30% et 70% moins cher que le neuf aux futurs acquéreurs, tout en bénéficiant d'une garantie de 3 à 12 mois. Le Groupe Cash Partners propose aux futurs entrepreneurs de créer leur propre point de vente Pl@net-Cash, sous forme de licence de marque. Ce système, proche de celui de la franchise, permet à chacun de devenir chef d'entreprise avec un statut de commerçant indépendant.

Une des priorités de Pl@net-Cash pour 2012 est d'accroître la visibilité de son site de vente en ligne www.planet-cash.com ; outil majeur qui contribue au développement de chaque magasin. ■

J.B.



Conditions d'accès à Pl@net Cash

Votre profil :

- Vous êtes avant tout un entrepreneur, véritable chef d'entreprise, commerçant, sachant encadrer, mobiliser ses équipes.
- Vous avez besoin d'autonomie, à travers un réseau efficace à valeur ajoutée.

Votre ambition :

- CA annuel à horizon 2 ans de 500 000 à + 1 000 000 euros (variable selon surface)
- Marge brute : plus de 50%
- Retour sur investissement : 3 ans en moyenne

Vos ressources :

- Apport personnel : de 50 000 à 100 000 euros (variable selon la surface du magasin)
- Contrat de partenariat : 7 ans
- Redevance mensuelle fixe : 950 euros

Votre contact :

info@planet-cash.fr
et www.planet-cash.fr



Autour de Michel Rouault, les franchisés de Pl@net Cash.