

QUESTIONS À

Georges Yana, président du directoire de **Troc.com** (Ex Troc de L'île)

« Mieux servir nos clients en croisant internet et magasin »

LSA - Vous ouvrez un site marchand d'achat-vente de produits d'occasion. Qu'a-t-il de plus que eBay ou Priceminister ?

Georges Yana - Ils sont uniquement présents sur le Net, alors que nous avons un site et 180 magasins. Aussi, nous avons cherché une formule qui croise magasin et internet. Dans notre idée, les ventes conclues sur notre site se concrétisent quand même en magasin.

LSA - Où est l'avantage ?

G. Y. - Quand nous n'avions que des magasins, les particuliers déposaient leur bien à vendre sans savoir s'ils trouveraient preneur. Maintenant, ils le proposent en ligne et ne nous le livrent que s'il a été acheté. Autre limite de la « brique » : un article est plus difficile à écouler dans un magasin qui reçoit 5 000 clients par mois que sur un site internet, qui en attire plusieurs millions. Quant à l'acheteur, il se rendait dans

un magasin pour chiner parmi 5 000 articles, quand nous lui en proposons 25 fois plus sur troc.com.

LSA - Le modèle du pur internet a-t-il aussi ses limites ?

G. Y. - Oui. Le vendeur y détermine seul le prix de son bien, alors que, chez nous, des experts en magasin sont là pour l'aider. Autre problème, quand il passe par internet, il donne ses coordonnées et doit répondre aux acheteurs. Et je ne parle pas des risques d'impayés. Chez troc.com nous nous occupons de tout. Enfin, nous contrôlons les biens pour garantir à l'acheteur qu'ils sont conformes à l'annonce.

Propos recueillis par O. B.

