

## FUTUR(E)S mai 2001

### Le troc en ligne, ça promet

***Imaginons un industriel de la boulangerie qui voudrait envoyer ses employés en séminaire à la Martinique. Bonne idée. Sauf pour ses finances. Mais échanger 23 allers-retours contre des tonnes de croissants, pourquoi pas ? Les places de marché en ligne qui proposent, moyennant commission, d'organiser ce genre de deal se multiplient. Le groupe français spécialisé Barterforum en fait partie. Explications***

#### **Quel genre d'entreprise a intérêt à faire du troc sur le web ?**

Le système, appelé « barter » en anglais, fonctionne bien pour l'achat de produits courants, comme des billets d'avion, des nuit d'hôtel, des voyages, de la bureautique ou de l'informatique. Les premiers intéressés se trouvent donc dans ces secteurs, notamment les petites et moyennes entreprises. Echanger des produits leur permet d'éviter des sortie de cash pour se procurer certains biens ou services. Le troc est aussi un canal de distribution supplémentaire : il apparaît, dans leur comptabilité, comme une vente et ne concerne que du matériel courant et neuf. C'est un moyen de paiement à part entière.

Mais il ne faut pas se voiler la face : pour les entreprises, ce procédé restera toujours marginal. Je pense qu'il peut atteindre jusqu'à 10% du chiffre d'affaires d'une PME. La vocation d'un entrepreneur est quand même, avant tout, de rentrer du cash.

#### **Néanmoins, les places de marché en ligne ne vont-elles pas simplifier le troc ?**

Elles vont le fluidifier. Avec internet, les clients disposent maintenant d'un outil simple et, si le site de troc prend l'ampleur espérée, d'une masse critique d'offres et de demandes en ligne de biens et de services. L'échange marchandise entre entreprises fonctionne quasi jamais de manière bilatérale. Ce serait trop simple. Il est rarissime qu'une offre corresponde exactement à une demande. Le plus souvent, ce sont des relations au moins triangulaires.

Par exemple : un imprimeur, un hôtelier et une société de cadeaux d'entreprises. Imaginons que l'imprimeur ait besoin d » nuits d'hôtel : il va offrir ses services sur le site de troc en ligne. Mais cela ne veut pas dire qu'ils vont être utilisés directement par l'hôtelier. Celui-ci pourra choisir d'échanger ses nuits contre, par exemple, des produits de la société de cadeaux d'entreprises. Laquelle disposera à son tour d'un crédit d'achat pour se procurer autre chose sur la place de marché. Quant à la valeur attribuée aux biens échangés ; elle est fixée par les entreprises elles-mêmes, sur la place de marché.

**Ce genre d'opération suppose un bon niveau de confiance entre tous les intervenants. Comment parvenir à maintenir ce type de relation sur le Web ?**

Après quinze ans d'activité « classique », notre groupe a fini par fonctionner un peu comme un club : nos 2 500 clients européens se connaissent et savent travailler ensemble. L'ambition, maintenant que nous sommes présents sur le Net, c'est d'avoir un club bien plus grand. Plus que jamais, nous allons devoir jouer les modérateurs et n'inviter que les entreprises les plus performantes et dont la solvabilité est avérée.

Nous savons aussi que les entreprises n'hésiteront pas à utiliser le web pour des produits qui peuvent aller de la simple photocopieuse à la flotte entière de véhicules. Nous évaluons que le deal moyen devrait tourner autour de 15 000 euros.

En revanche, personne ne va faire transiter un énorme échange-marchandise via Internet. Pour des raisons de confiance. Nous ne nous attendons pas à voir échanger des Boeing sur notre place de marché. Pour les échanges-marchandises de plusieurs millions d'euros, les gens auront toujours besoin de se parler, de négocier, de poser des conditions particulières. Ils ne le feront pas sur le Web.

**Propos recueillis auprès de Pierre SACKSTEDER, Directeur Général Adjoint de Barterforum.**

**Recueilli par Catherine SEGAL**