



[\(/actu/90/roadside-burger-ouvre-son-premier-restaurant-franchise-a-nantes\)](http://actu/90/roadside-burger-ouvre-son-premier-restaurant-franchise-a-nantes)

**ROADSIDE Burger Ouvre Son Premier Restaurant Franchisé à Nantes**

Le 14 Juin 2016

## Interview Exclusive D'Arnaud Guérin Co-directeur Du Réseau Cash Express Par Hello Franchise

Le 18 Juillet 2016



 Twitter

 Facebook

 Google+

 Envoyer

[\(mailto:?subject=Un article](mailto:?subject=Un article)

[intéressant&body=Voici un article intéressant : http://www.hello-franchise.com/actu/111/interview-exclusive-d-arnaud-guerin-co-directeur-du-reseau-cash-express-par-hello-franchise \)](http://www.hello-franchise.com/actu/111/interview-exclusive-d-arnaud-guerin-co-directeur-du-reseau-cash-express-par-hello-franchise)

## **HF : Comment est né le réseau et l'idée Cash Express ? qui sont les fondateurs ? Quelle est la taille du réseau en 2016?**

*Le concept est arrivé en France en 1995 avec l'enseigne australienne Cash Converters. L'idée est simple: racheter en liquide et immédiatement des produits d'occasion aux particuliers et les revendre à un prix compétitif en les garantissant.*

*Le succès est rapide et la centaine de magasins est vite atteinte.*

*Malgré ce succès, l'enseigne est secouée par les déconvenues financières du franchiseur. Parallèlement, certains franchisés s'organisent pour demander des comptes à la tête de réseau et contestent la bonne utilisation des budgets prélevés.*

*C'est dans ces circonstances que naît «CASH ASSOCIES». Cette entité correspond à la réunion d'une vingtaine de franchisés Cash Converters mécontents de leur sort.*

*Les relations franchiseur/franchisés ne s'améliorant pas, en 2002, la décision est prise pour les membres de «Cash Associés» avec à leur tête Roger Beille de quitter le réseau Cash Converters pour créer une nouvelle enseigne: c'est la naissance de Cash Express.*

*Pour ne pas retomber dans les travers à l'origine de la scission, la décision est prise de consacrer une première période à l'établissement d'un business modèle équilibré. Cette période est également propice à une réflexion sur le positionnement.*

*A partir du même concept, Cash Express n'aura de cesse de se distinguer en étant systématiquement précurseur et novateur dans la professionnalisation de ce métier à part entière.*

*Ce n'est qu'en 2004, que, fort d'un modèle dynamique et moderne, Cash Express commence son développement.*

*L'enseigne bénéficie depuis lors d'un développement rapide et comptabilise aujourd'hui 114 magasins!*

## **Pouvez-vous nous rappeler en quelques mots le concept de Cash Express ?**

*Le concept est simple: Cash Express achète des produits d'occasion aux particuliers en les payant immédiatement et en espèces (sauf les bijoux qui sont payés par chèque). Ces objets vérifiés et garantis au minimum 6 mois sont ensuite revendus en magasin. Chaque magasin bénéficie ainsi d'espaces dédiés aux achats et à la vente.*

*Les conseillers acheteurs/vendeurs Cash Express sont de véritables spécialistes de l'occasion dans de nombreuses familles de produits:*

*Multimédia, téléphonie, électroménager, image, son, musique, bijouterie, jeux vidéo...*

**HF : Vous mettez en avant le développement durable dans votre communication - vous êtes d'ailleurs co-fondateur du label Enseigne Responsable - est-ce que cette sensibilisation fonctionne auprès de votre clientèle?**

*Cash Express est la première enseigne du secteur à revendiquer très légitimement ce positionnement écologique/éco-responsable.*

*En donnant une seconde vie aux objets, Cash Express participe activement à la lutte contre le gaspillage.*

*Ce positionnement contribue à décomplexer d'autant plus la clientèle vis-à-vis de la consommation d'occasion: Cash Express c'est évidemment bon pour le portefeuille mais pas seulement! C'est également bon pour la planète!*

***Pour aider les candidats à la franchise dans leur choix, pouvez-vous nous dire ce qui distingue Cash Express de ses concurrents?***

*Cash Express se distingue de ses concurrents à différents égards:*

*Depuis toujours Cash Express se positionne comme un précurseur et non comme un suiveur. De nombreux outils ont ainsi été mis à disposition en primeur dans les magasins Cash Express: radio et tv internes, logiciel de gestion exclusif, extensions de garantie payantes...*

*Notre obsession est d'offrir à la clientèle les outils dignes des plus grandes enseignes du commerce spécialisé et de les adapter au monde de l'occasion*

*Cash Express est l'enseigne qui représente le meilleur rapport qualité-prix: marquée par les expériences douloureuses vécues par d'autres enseignes, Cash Express a choisi de proposer son concept avec un niveau de droit d'entrée/redevances parmi les moins élevés du marché.*

*Outre ces aspects métier, un des caractères distinctifs du réseau c'est son attachement à l'importance accordée à «l'humain». La loyauté, la transparence et la confiance sont les qualités indispensables à la réussite de cette aventure commune*

**HF : Parlons réseau. Votre maillage est déjà important sur le territoire, quelles sont vos ambitions d'ouvertures à moyen terme? Y-a-t-il des régions que vous visez en priorité?**

*Notre maillage est en effet conséquent mais il existe encore des secteurs à conquérir: la Bourgogne, la région Nord et la Bretagne sont les secteurs dans lesquels nous sommes le moins présents.*

*Au-delà de ces terrains de prospection évidents, il existe un peu partout des zones de chalandise capables d'accueillir encore des points de vente.*

*Ceci est d'autant plus vrai avec notre format de proximité qui nous permet de rencontrer un franc succès dans des zones de chalandises inférieures à 50000 habitants.*

*Les perspectives de développement sont donc d'encore quelques dizaines de magasins pour le format standard et plus d'une centaine pour le format de proximité.*

**HF : Cash Express c'est aussi quelques implantations en Belgique, à la Réunion, en Martinique et au Portugal. Est-ce que le l'accroissement de votre présence à l'International fait partie de votre stratégie?**

*Tout à fait, ces différents essais nous ont permis de constater la capacité du modèle à s'exporter et surtout l'attente importante de la clientèle locale.*

*Nous avons adopté une stratégie de développement à l'international progressive d'abord avec des secteurs éloignés mais français (Réunion, Martinique) puis étranger mais francophone (Belgique) puis étranger dans une langue étrangère (Portugal). Ces expériences réussies nous permettent aujourd'hui d'envisager une exportation du concept de manière large avec une démarche proactive dirigée vers des pays proches tels que l'Espagne dans un premier temps. Naturellement, nous assurons en parallèle l'accélération du développement dans les pays déjà implantés.*

**HF : À propos de l'accompagnement des franchisés : on sait que la réussite d'un commerce tient principalement à son emplacement, assistez-vous les candidats dans la recherche de leur local?**

*Bien entendu, nous procédons en premier lieu à une pré-visite en compagnie du franchisé afin de définir les cibles d'implantation privilégiées sur le secteur visé.*

*Nous activons ensuite les agents immobiliers (locaux et nationaux).*

*Lorsqu'un local semble correspondre aux critères prédéterminés, nous nous déplaçons afin de mesurer la faisabilité du projet et procédons le cas échéant à sa validation. Nous accompagnons nos franchisés dans les étapes de négociation du local.*

## **HF : Comment s'organise la communication locale pour un nouveau franchisé qui doit se faire connaître dans sa ville?**

*Nous sommes en premier lieu assistés de notre partenaire pour les relations presse, l'agence Bubbling Bulb qui s'assure de l'information des médias locaux. Nous bénéficions ainsi d'une couverture médiatique locale précieuse.*

*Nous avons systématiquement recours à des campagnes de publipostage (tracts) qui permettent d'annoncer notre ouverture à l'ensemble de la zone de chalandise concernée dans un temps court.*

*Nous relayons ces informations sur les réseaux sociaux et sur notre site internet.*

*Parallèlement à ces actions systématiques, il arrive que nous complétions le plan média par une campagne radio ou par de l'affichage urbain.*

## **HF : Il y a 2 formats d'ouverture de Cash Express: Compact et Classique, est ce que ces 2 formats sont d'égales performances ?**

*Le concept est le même mais nous travaillons sur des familles de produits plus restreintes sur le format compact. Nous concentrons notre travail sur les familles à plus forte rotation. Le format compact bénéficie ainsi d'une rentabilité souvent plus rapide mais d'une capacité à progresser plus étroite.*

*Le magasin standard présente une inertie plus lourde mais une capacité de progression quasiment sans limite.*

*La rentabilité d'un format compact s'établit souvent aux alentours de 10% alors qu'elle est souvent contenue entre 5 et 8 % sur un format standard.*

*Le retour sur investissement est ainsi naturellement plus rapide pour le format dit de proximité (compact).*

## **HF : Cash Express référence ses produits d'occasions sur son site web, des produits testés et vérifiés, pensez-vous à terme les vendre directement sur Internet?**

*Techniquement, la vente via internet est à notre portée. Simplement, nous avons choisi d'adopter une stratégie dite «cross canal» ou encore «web to store». Elle consiste à utiliser internet comme un vecteur de fréquentation de nos magasins et non comme un canal de vente en tant que tel.*

*Nous sommes en effet convaincus que nous devons revendiquer notre caractère de magasins physiques et ne pas à tout prix céder à la tentation de la vente sur internet. Notre valeur ajoutée est justement la présence de vendeurs-conseillers, la possibilité d'essayer les produits...*

*En contrepartie, internet est un formidable outil pour faire savoir que nous disposons de tel ou tel article.*

## **Avez-vous des projets innovants dans les cartons pour Cash Express?**

*En ligne directe avec le dossier internet précédemment évoqué, nous terminons en ce moment un test sur une dizaine de magasins qui va nous permettre de déployer sur l'ensemble du réseau un service d'E-réservation. Le client pourra ainsi réserver en ligne le produit qui l'intéresse, à charge pour lui de venir le chercher avant le lendemain soir.*

*Dans le cadre de ce nouveau service, nous allons une fois de plus montrer notre capacité à nous aligner voire à aller plus loin que les grands acteurs du commerce «classique» en avançant la promesse de confirmer la disponibilité du produit dans les 15 minutes suivant la réservation en ligne!*

*Outre ce service, nous allons encore renforcer les services à la clientèle en proposant par exemple une assurance casse pour les produits nomades.*

## **Pour finir, la question traditionnelle, avez-vous un message aux candidats qui liront cet article pour les convaincre de rejoindre le réseau Cash Express?**

*La consommation d'occasion s'est aujourd'hui définitivement installée comme un phénomène durable. Le marché exponentiel qui en résulte impose cependant de proposer un niveau de professionnalisme sans faille et de se confronter à un niveau d'exigence souvent supérieur à celui rencontré dans le commerce «classique».*

*Cash Express permet aujourd'hui de relever ce défi avec un accompagnement de tous les instants et des outils à la pointe tout en ménageant une indépendance précieuse pour l'exploitant.*

*Si vous avez le sens du commerce, des aptitudes au management et que vous souhaitez vous épanouir dans une activité mutlifacettes, faisons connaissance!*

*HF : pour en savoir plus sur les conditions d'ouverture d'un magasin Cash Express, [cliquez-ici \(http://www.hello-franchise.com/acheter-franchise/cash-express/50\)](http://www.hello-franchise.com/acheter-franchise/cash-express/50).*

[<< RETOUR À LA LISTE \(/\)](#)

Ouvrir une franchise :

### Cash Express

Achat-vente De Produits D'occasions

[\(/acheter-franchise/cash-express/50\)](http://www.hello-franchise.com/acheter-franchise/cash-express/50)



Ticket d'entrée

15 000 €



CA à 2 ans

1 000 000 €

### KID'S PARADIS

Crèche, Nounou, Baby-sitter

[\(/acheter-franchise/kid-s-paradis/41\)](http://www.hello-franchise.com/acheter-franchise/kid-s-paradis/41)



Ticket d'entrée

15 000 €



CA à 2 ans

220 000 €