



CLUB ENTREPRENDRE En immersion

Cash Express, rue de Beaubourg à Paris

Pourfendeur de l'hyperconsommation

Ce ne sont plus seulement les prix qui poussent les gens à ouvrir la porte de cet univers...

Par Anna Ashkova

Avec plus de neuf millions d'objets d'occasion achetés et vendus par an sur l'ensemble du réseau, la franchise Cash Express devient un poids lourd. Fondée en 2001 par Roger Beille, elle affiche aujourd'hui un CA de 87 millions d'euros en 2016 (+5% par rapport à 2015). Longtemps considérée comme un commerce de crise, elle attire aujourd'hui de plus en plus de clients issus de différentes classes sociales. Une illustration à Paris, rue du Beaubourg (III^{ème} arrondissement) : si vous êtes un habitué, vous savez qu'il y a deux entrées dans ce magasin. La première vous permet de découvrir de nombreux produits joliment exposés dans les étagères, la seconde vous permet de vendre vos produits inutilisables. Il s'agit du cœur du métier de la boutique.

MACHINERIE BIEN HUILÉE

Une petite salle d'attente accueille les clients. En attendant leur tour, munis d'un ticket, ils peuvent s'offrir une collation dans un distributeur. L'un des deux « acheteurs » les appellent ensuite par leurs numéros. « Entre 50 et 60 personnes par jour viennent vendre leurs objets. On rachète à peu près 150-200 produits car un client peut vendre plusieurs choses », explique le franchisé Frédéric Bertinet. Chaque produit est testé. Le prix du rachat est fixé à l'aide d'un logiciel qui indique aux « acheteurs » le prix d'achat moyen, le délai moyen de vente, le taux de SAV (service après-vente) et l'état du produit. La personne a ensuite le choix d'accepter la somme proposée pour son bien ou de refuser la transaction. Il est possible d'être payé en espèce, par chèque ou par un bon de Cash Express, valable pendant six mois. Ce dernier a une valeur un peu plus élevée que la somme proposée pour le rachat (+20%). Ici, il est également possible de vendre des bijoux. Ils sont examinés par une vendeuse experte en

bijouterie. En générale, aucun produit qui a besoin de réparation n'est racheté par l'enseigne. Gérard, venu vendre son téléphone portable dont il ne se servait plus, doit juste signer un document de



Nous vibrons toutes les catégories socio-professionnelles. Troc, prêt, recyclage, sont devenus des tendances profondes de consommation

vente et donner sa pièce d'identité pour que celle-ci soit photocopiée. En une vingtaine de minutes, il repart tout sourire avec son argent en poche.

INNOVATION ET ÉCOLOGIE

Aussitôt racheté, aussitôt exposé dans les rayons avec un tout nouveau code barre. Vous y trouverez de tout : des produits high-tech, de l'électro-ménager, des instruments de musique, des bijoux de luxe, de la maroquinerie haut de gamme, des livres, des CD, des DVD, des consoles et des jeux vidéo... Ce magasin de 330m² est un vrai hypermarché de l'occasion. « Chaque article est revendu en moyenne 50% plus cher que son prix de rachat, avec une garantie de six mois. Pour ceux qui le désirent, il est possible de souscrire une garantie d'un an ou deux, dont le prix varie entre 10 et 30 euros », explique Frédéric Bertinet. A l'entrée de la boutique, vous trouverez une borne tactile. Vous pouvez alors faire une recherche rapide du produit rêvé, sans vous déplacer dans les rayons. Si l'objet se trouve dans une autre boutique

parisienne, il est possible de le payer en caisse et de se le faire livrer gratuitement. Une nouveauté dans les boutiques Cash Express parisiennes ! « Nous travaillons avec une start-up, Colisweb, qui livre nos produits en trois heures. C'est comme un Uber, mais pour les colis », précise Frédéric Bertinet. Pour ceux qui n'ont pas de temps pour venir au magasin, Cash Express a sorti un nouveau service : Cash Resa Express. Le principe est simple. Il

suffit d'aller sur le site de l'enseigne, effectuer une recherche en région précise, choisir l'objet désiré et hop en 15 minutes le caissier - alerté par un message qui s'affiche sur son ordinateur - le met de côté, personne ne peut l'acheter ni en

chercher, ils peuvent nous l'amener », ajoute Frédéric Bertinet. Contrairement aux autres distributeurs, Cash Express n'oblige pas le client à acheter un nouveau produit, similaire à celui qu'il a déposé pour le recyclage.

UNE APPROCHE HUMAINE QUI ATTIRE

Il y a 15 ans le succès de ce type d'enseigne était attribué à la crise, mais le marché a évolué. « Il y a un changement profond de mentalité et du regard sur l'occasion [...]. Contrairement à nos concurrents, nous ciblons toutes les catégories socio-professionnelles. Nous avons des magasins avec une présentation qualitative. Parfois, les gens ne voient pas que nous vendons des produits d'occasion, avance Frédéric Bertinet. Je pense qu'il y a aussi une évolution des mentalités en matière de consommation. Les études le prouvent. Le troc, le prêt, le recyclage, sont vraiment une tendance assez profonde de consommation qui vient en réaction à la surconsommation », affirme-t-il. Et il sait

de quoi il parle, puisqu'en 2001, il faisait partie de ceux qui, avec Roger Beille, ont fondé Cash Express. N'étant pas d'accord avec l'image de Cash Converters où ils étaient franchisés, ils ont décidé de créer leur propre marque répondant plus à leurs valeurs. 16 ans après, Frédéric est un franchisé heureux à la tête de quatre magasins, actionnaire du réseau Cash Express et membre du Comité de l'enseigne. Son magasin de Beaubourg, numéro un en CA dans le réseau (2,4



millions CA/an), a d'ailleurs une particularité : il organise des formations pour les futurs franchisés. « L'accompagnement et la proximité sont les deux choses que nous revendiquons. Par exemple, si un client vient chercher une guitare chez nous, il a un vendeur-musicien qui va le conseiller. De même en informatique ou jeux vidéo », explique Frédéric Bertinet. ■