

Cash Express

LE TROC NOUVELLE FORMULE

L'occasion est un produit qui se vend bien. La preuve avec Cash Express qui est l'enseigne leader dans le Sud, spécialisée dans l'achat vente de toutes sortes de matériels. Ici, le principe « j'achète et je revends » règne en maître.

Chez Cash Express, le business est simple. Vous arrivez au magasin pour vendre votre appareil photo, votre chaîne hi-fi ou divers DVD. Un conseiller en évalue la valeur et vous propose un prix. Vous négociez pour vous mettre d'accord et une fois l'affaire entendue, vous repartez avec l'argent en poche et peut-être une nouvelle chaîne hi-fi trouvée sur place.

Pour Dominique Dogey, responsable du Cash Express de la Valentine, « l'idéal est que le client soit à la fois vendeur et acheteur ». Il faut dire qu'avec les 17 500 articles en stock sur les 500 m² de magasin, le client a le choix. La gamme de produits s'étend sur tous types de matériels, hors ameublement et excepté tout ce qui a touché la peau : vêtement, accessoire pour les cheveux, etc. Le plus gros de la clientèle vient pour réaliser de bonnes affaires sur des produits relativement récents. La nouvelle tendance est « à l'achat intelligent, pense la responsable. Le client type est celui qui possède l'avant-dernier modèle du téléphone portable à la mode. Il vient le vendre ici pour acheter ailleurs le dernier modèle ». Autre cas de figure, la famille avec enfants qui use des dizaines de jeux vidéo par mois. Inutile de les empiler à la maison. Revendre ceux qui ne servent plus permet d'acheter 30 à 40 % moins cher de nouvelles versions. Et ainsi de suite. Les produits sont éternellement recyclés, passent de main en main et vivent plusieurs vies. Le phénomène touche toutes les catégories professionnelles animées par une soif de consommation rapide.

Une seule contrainte : les matériels doivent être en état de marche et complets. Impossible par exemple de revendre sa télé sans la télécommande... Cela serait pratique



Cash Express c'est 500 m² de locaux à la Valentine

pour s'en débarrasser à bon prix, mais ça ne servirait à rien !

La force de l'enseigne est, comme son nom l'indique, de payer « cash ». Ici, on ne repart pas avec des bons d'achat mais avec de l'argent, dans la limite imposée par la loi, c'est-à-dire pour des montants inférieurs à 750 euros. Ensuite, on passe au paiement par chèque. Ce fut le cas pour cette montre Cartier achetée par l'enseigne à 15 000 euros.

Ce type de commerce a-t-il de beaux jours devant lui ? Oui, car

selon Dominique Dogey, il s'agit d'un vrai nouveau comportement, qui vise à la fois le changement et la chasse aux bonnes affaires. Seule la crise financière actuelle freine le développement de l'enseigne qui, jusqu'à présent, affiche une progression annuelle de 10 à 15 % de son chiffre d'affaires. Dominique Dogey rêve d'ouvrir un nouveau magasin à Marseille intra-muros, mais le prix de l'immobilier gèle pour l'instant ce nouveau projet.

Christine Alexis

**Groupe national
d'investisseurs
recherche à l'acquisition
immeubles en globalité
et murs de magasins.**

06 60 09 73 48 - 04 91 13 73 56