



## Revue PIC-INTER - n°316 - Mai - Juin 2009

### PORTRAIT - L'OCCASION FAIT LE PATRON

Roger Beille, principal fondateur de Cash Express, revisite le principe du monde-piété avec succès. Numéro 1 sur le marché de l'achat-vente de produits d'occasions aux particuliers, son réseau compte déjà 55 points de vente en franchise. 6 milliards d'euros : c'est ce que représente aujourd'hui, hors voitures et vêtements, le marché de l'occasion. Meubles, bijoux, téléphones portables ou ustensiles de cuisine... tout a droit, désormais, à une seconde vie. Une véritable aubaine pour les particuliers, qui s'improvisent massivement (66% de la population) marchands, notamment sur des sites internet comme ebay...





## L'OCCASION FAIT LE PATRON

---

REVUE PIC-INTER - N°316 - MAI - JUIN 2009

---

**Roger Beille, principal fondateur de Cash Express, revisite le principe du monde-piété avec succès. Numéro 1 sur le marché de l'achat-vente de produits d'occasions aux particuliers, son réseau compte déjà 55 points de vente en franchise.**

6 milliards d'euros : c'est ce que représente aujourd'hui, hors voitures et vêtements, le marché de l'occasion. Meubles, bijoux, téléphones portables ou ustensiles de cuisine... tout a droit, désormais, à une seconde vie. Une véritable aubaine pour les particuliers, qui s'improvisent massivement (66% de la population) marchands, notamment sur des sites internet comme ebay, mais aussi pour les entrepreneurs, bien décidés à profiter de ce juteux business anticrise en jouant les intermédiaires. «Sur ebay, le vendeur qui met son annonce en ligne doit prendre une photo, rédiger un texte descriptif, sans garantie de trouver preneur. Chez nous, le vendeur n'a rien à faire : il vient déposer l'objet et on le paie cash», explique Roger Beille, directeur général de Cash Express. Avec plus de trois millions d'objets revendus dans ses 55 magasins et un chiffre d'affaires de 45 millions d'euros, cette enseigne dédiée à l'achat-vente aux particuliers a battu tous les records en 2008 et prévoit une dizaine d'autres ouvertures en 2009 dans toute la France.

Merci la crise ? «Même pas, s'exclame Roger Beille. C'est vrai qu'elle a braqué les projecteurs sur nous, mais il ne s'agit pas d'un commerce de crise : nos clients ne sont pas défavorisés, au contraire, ce sont des sur-consommateurs, des branchés qui changent de téléphone portable tous les trois mois par exemple. Pour eux, payer moins cher revient à consommer plus et plus souvent», constate ce Catalan jovial de 58 ans. La montre Baume et Mercier qu'il porte au poignet ? Un modèle acheté chez l'un de ses franchisés à Paris, pour moins de 800 euros. «Les bijoux et la l'horlogerie marchent très fort. Récemment, on a vendu une montre Daytona en or gris, âgée de deux ans à peine, au prix de 12 000 euros. Neuf, le modèle en vaut 20 000».

### UN TRANSFUGE DE CASH CONVERTERS

Quel chemin parcouru pour cet ancien cheminot ! «A 14 ans, je ne rêvais pas d'être patron, mais d'être ouvrier, comme mon père, ma mère et mon grand père», s'amuse-t-il. C'est à cet âge là qu'il a quitté l'école, exerçant toutes sortes de petits boulots : dépannage de télés et de radios, transport de bouteilles Vichy et puis la SnCF, à 18 ans. Rattrapé par son ambition, désireux de «voir autre chose», Roger Beille est retourné sur les bancs de l'école, a passé son bac à 26 ans, puis étudié l'histoire-géo à la fac pendant deux ans. Armé de ce petit bagage, il a pu mettre un pied dans la grande distribution, gravissant progressivement tous les échelons : stagiaire, chef de rayon, directeur de magasin, puis propriétaire, avec le rachat d'un

supermarché Codex : «je l'ai acheté pour un franc symbolique et revendu quatre ans plus tard pour des millions. J'avais 42 ans, j'étais riche pour la première fois de ma vie, alors... j'ai pris un congé sabbatique !» Les vacances ont duré trois ans, puis Roger Beille s'est remis au travail. «J'en avais marre de l'alimentaire, je cherchais un concept novateur».Après la brève reprise d'un pressing Clean Discount, il a donc ouvert un magasin sous franchise Cash Converters, à Aix-en-Provence, dans la région natale de sa seconde épouse. Cette enseigne australienne, implantée en France au début des années 1990, fut la première à structurer le marché de l'occasion, se limitant jusque-là à des brocantes et des dépôts-vente. Cette position de pionnier n'a pas empêché le dépôt de bilan, en 2000. Pas découragé, Roger Beille a alors eu l'idée d'exploiter le concept, en s'associant à quinze autres anciens franchises Cash Converters disséminés dans toute la France : Cash Associés était né.

«Nous avons pris le temps de consolider notre réseau et de développer les outils nécessaires», précise le président de la SAS en revendiquant, par exemple, l'invention de «l'Argus de l'occasion», celui-ci référence près de cinq millions de produits aujourd'hui. Créée en 2002, la marque Cash Express s'est développée en franchise trois ans plus tard, dans les centre-villes des grandes agglomérations et les zones commerciales. «La seule ouverture d'un magasin suffit à attirer des vendeurs et à constituer le stock». Matériel audio, vidéo, informatique, musique, bijoux, jeux vidéo, articles pas chers ou modèles de luxe... chaque magasin propose quelques 15 000 produits sur environ 300 mètres carrés.Avec 50% de marge en moyenne, l'activité est rentable...

## UNE DIZAINE D'OUVERTURES EN 2009

Du coup, une dizaine d'ouvertures est prévue cette année, soit autant qu'en 2008. Les concurrents ? «Je les regarde dans le rétroviseur», se réjouit Roger Beille, vantant ses petits plus, tels la carte "Boomerang", qui fidélise aussi bien le vendeur que l'acheteur, ou encore Drop Service, service de vente en ligne proposé aux franchisés pour écouler des articles ultra spécialisés. «Une bande dessinée de Tintin datée de 1946, vendue 500 euros, n'aurait pas sa place dans un magasin», explique le président. Celui-ci entend également se différencier de Cash Converters et autres Easy Cash par une culture d'entreprise basée sur le respect des franchisés et la solidarité des actionnaires. «Nous n'avons jamais reversé un centime de dividende aux actionnaires. Depuis le début, nous réinvestissons tous les bénéfices dans l'entreprise, et cela continuera ainsi», assure-t-il. Fort de l'augmentation de 25% du chiffre d'affaires du réseau en 2008, le patron catalan lorgne désormais de l'autre côté des frontières, notamment vers l'Italie et l'Espagne, où devrait se concrétiser l'implantation de sa marque avant la fin de l'année. «La condition, c'est de pouvoir trouver une personne sur place qui va ensuite pouvoir développer la marque sur le plan national», précise Roger Beille, toujours à l'affût de la meilleure opportunité : l'occasion en or, en somme.