



La proximité, ça marche !

Au pays de l'occasion, Cash Express est roi

Stimulé par le contexte économique déprimé, le réseau de produits de seconde main poursuit son développement et fourmille d'initiatives. Tour d'horizon.

Cash Express n'en finit pas de progresser. Et le spécialiste de l'achat et vente d'occasion auprès des particuliers n'a pas à rougir des chiffres qu'il annonce face à ses concurrents : 45 M€ réalisés en 2008 et une année 2009 qui devrait se terminer avec un chiffre d'affaires tutoyant les 55 M€.

L'histoire de ce réseau prend forme sur les cendres d'une autre enseigne, Cash Converters, elle aussi spécialisée dans les produits de seconde main. Nous sommes alors en 2000. Mais ce n'est véritablement que deux années plus tard que Cash Express s'exprimera à travers un petit réseau. « En 2002, nous avons conçu la marque Cash Express et entre 2003 et 2004, ce fut la période de consolidation et d'amélioration de notre concept, puisque nous y avons apporté de nouveaux outils et avons

dans le même temps totalement professionnalisé notre métier », se souvient Roger Beille, le président du réseau. A cette période, seule une poignée de magasins (22 au total) portent les couleurs de Cash Express. C'est à partir de 2005 que le franchiseur, Cash Associé, décide de développer son réseau en recrutant de nouveaux partenaires.

Un développement à l'étranger

Aujourd'hui, Cash Express compte 55 magasins éparpillés sur l'ensemble de l'Hexagone, poursuit son extension sur le territoire et va aborder cette année un développement à l'international. « Je pense que nous pouvons raisonnablement ouvrir environ 45 autres magasins en France d'ici à 2012, souligne Roger Beille. Sans oublier que cette année, nous développons une master fran-

chise pour l'international. Nous sommes d'ailleurs en contact avec des partenaires basés en Espagne, en Italie et en Belgique. »

Ce qui fait dire au patron de l'enseigne qu'un maillage d'une centaine de points de vente en France serait parfaitement cohérent, plus quelques magasins à l'étranger. « Nous avons un défaut qui est aussi l'une de nos qualités : dans notre développement, nous privilégions toujours notre partenaire franchisé en lui attribuant une zone de chalandise confortable afin d'éviter tout cannibalisme entre les points de vente. » Soit une zone de 100 000 habitants pour chaque établissement.

Un partenariat avec Cetelem

Et pour recruter, l'enseigne a su miser sur des outils dignes de la grande distribution. « La particularité de notre business consiste à acheter des produits d'occasion auprès des particuliers et de revendre ces articles à des clients dont la typologie est similaire, explique Roger Beille. Depuis plusieurs années, nous avons ainsi mis en place des cartes de fidélité semblables à celles des grandes surfaces. Puis nous avons doté notre réseau d'une centrale de référencement pour les articles neufs que nous commercialisons [environ 20 % du chiffre d'affaires - Ndlr]. »

En outre, Cash Express s'est équipé d'un système intranet permettant aux magasins de consulter une énorme base de données de plus de 5 millions d'articles d'occasion. Ce qui permet aux points de vente de connaître en quelques clics le prix d'achat et de vente des produits, et donc d'effectuer les estimations les plus précises pour revendre ou acheter



Repères
CA 2008
45 M€

NOMBRE DE POINTS DE VENTE EN 2008
53

NOMBRE DE CLIENTS EN 2008
1,7 million

NOMBRE D'OBJETS ACHETES ET REVENDUS EN 2008
Plus de 3 millions



« La particularité de notre business consiste à acheter des produits d'occasion auprès des particuliers et de revendre ces articles à des clients dont la typologie est similaire », explique Roger Beille, président du réseau Cash express.



Ci-dessus les locaux de Drop Express, le service d'assistance de vente créé en partenariat avec eBay.



Il est possible de dénicher des produits à tous les prix, certains cédés à 1 €, d'autres pouvant évoluer jusqu'à plusieurs milliers d'euros, comme cette montre Rolex en or, vendue pour la modique somme de 15 000 €...

ter un article. Cette croissance a amené Cash Express à développer depuis deux ans la Cash Université, via laquelle des formations permanentes sont dispensées, comme sur les achats (cœur de métier du réseau), la vente, le management, ou encore des modules spécifiques liés aux produits d'horlogerie.

Mais l'enseigne veut mettre d'autres outils à sa disposition et à celle de ses clients. Dès le 1^{er} avril, ces derniers pourront bénéficier d'une carte de crédit estampillée Cash Express concoctée en partenariat avec l'organisme Cetelem. « Nous avons également créé un nouveau service sur internet depuis peu en partenariat avec eBay dénommé Drop Express », raconte Roger Beille. En fait, ce service complémentaire aux points de vente est une forme d'assistance de vente sur le site eBay. Il permet ainsi de commercialiser des produits rares. « Nous avons par exemple vendu des bandes dessinées de Tintin pour un montant de 500 € pièce, que nous n'aurions pas pu commercialiser dans nos boutiques », se félicite le dirigeant.

La crise a boosté l'activité

Il faut dire que dans ce réseau, il est possible de dénicher des produits à tous les prix, certains cédés à 1 €, d'autres pouvant évoluer jusqu'à plusieurs milliers d'euros, comme cette montre Rolex en or, vendue pour la modique somme de 15 000 €... Mais ceux qui suscitent le plus d'engouement auprès des clients, ce sont les jeux vidéo et autres consoles, sans oublier la téléphonie mobile. Les produits de niche – une contre-

basse, un accordéon... – ne trouvent pas preneur tous les jours! « Chez Cash Express, la rotation de stock oscille entre 26 et 27 jours, explique Roger Beille. Nous constatons par ailleurs que de plus en plus de seniors viennent dans nos boutiques, même si, globalement, notre clientèle est très hétérogène, avec tout de même une cible sur les 15-35 ans. » Du côté des résultats financiers, la crise a certes boosté l'activité du marché de l'occasion, mais c'est sur-

tout « en 2008 que nous avons connu une augmentation du trafic plus importante que les années précédentes, assure Roger Beille. D'une part en raison de la crise financière, en particulier au mois de septembre, et d'autre part grâce aux médias qui se sont intéressés à notre enseigne. Ce coup de projecteur a attiré de nombreux clients dans nos magasins. » Ces points de vente, dont la marge brute est de 50 %, réalisent un chiffre d'affaires moyen de plus de 1 M€.

Si ces chiffres ont de quoi satisfaire Roger Beille, le domaine du développement durable est aussi une source de fierté pour lui. En effet, le réseau va signer début mai un engagement avec le ministère de l'Environnement afin de faire partie des onze enseignes affichant clairement leur démarche sur des problématiques très précises, relatives par exemple aux économies d'énergie. « Il est vrai que notre concept s'inscrit véritablement dans le cadre du développement durable, car nous donnons une seconde vie à de nombreux produits », se félicite Roger Beille. Un concept on ne peut plus tendance actuellement... ●

David Bayot

● La franchise Cash Express

Il existe deux principales sources de rentrées d'argent pour Cash Associé, le franchiseur de magasins Cash Express. « Tout d'abord les droits d'entrée, explique Roger Beille. Lorsqu'un nouveau partenaire nous rejoint, il s'affranchit de la somme de 30 000 €. Nous avons également une autre source de revenus qui provient des royalties. » Les franchisés versent ainsi 1 000 € par mois au réseau durant la première année, somme qui monte à 1 300 € à partir de la deuxième année, et ce, jusqu'à la fin de leur contrat, dont la durée est de sept ans. ●

D. B.

