



**Edito du mardi**

Cash Express lance sa nouvelle campagne TV. Réalisée sous forme de saga par l'agence Melville, la campagne valorise les deux aspects du métier, l'achat et la vente de produits d'occasion. Cette année, les scénarios mettent en scène avec humour les clients revendant un produit qui ne leur convient plus pour en racheter un plus en accord avec leurs besoins. La publicité met ainsi en avant l'intérêt de consommer intelligemment en revendant les produits dont on ne se sert plus pour acquérir ceux dont nous avons besoin ou qui nous font plaisir. Les deux spots sont diffusés jusqu'au 30 novembre 2014 sur les chaînes 6Ter, D8, D17, W9, NRJ 12, BMF TV. Un relai en affichage ainsi qu'un spot radio sont également prévus en enseigne.