



Paru dans l(es) édition(s) : France-Antilles Martinique

Acheter, vendre : tout le monde à l'occasion!

Revendre son ancien téléphone portable plutôt que de le donner ou le jeter. Acheter un jeu vidéo d'occasion à 5 euros au lieu de 50 euros neuf. Ces façons de consommer, bien présentes en France et dans le monde, se développent aussi chez nous.

Des études sont même réalisées sur ces pratiques, pas si nouvelles que ça. Selon une enquête IPSOS, réalisée pour l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) en juillet 2010, 7 Français sur 10 ont déjà acheté des produits d'occasions (59% en 2004).

Toutes les catégories sociales sont concernées : 79% des cadres supérieurs, 74% des employés et 73% des ouvriers.

La crise serait passée par là, mais le marché de l'occasion se développe depuis 20 ans au niveau national.

Après les voitures, les vêtements, d'autres biens de consommation s'achètent et se revendent après usage : télévision, hi-fi, téléphones, jeux...

C'est aussi une façon de revoir notre rapport aux objets et à la consommation, « basée sur l'usage et de moins en moins sur la propriété ».

Selon l'ADEME : « Acheter des produits de seconde main est de moins en moins perçu comme dévalorisant (...). Seuls 10% des Français, considèrent ce type d'achat dévalorisant. »

Ils estiment même que c'est un acte citoyen, en faveur de l'environnement. Mais la première préoccupation reste économique.

DEUX OUVERTURES EN UN MOIS

Les braderies, brocantes, et autres vide-greniers ne se sont jamais aussi bien portés. Surfant sur cette vague, les sites d'achats en ligne entre particuliers gagnent de l'audience.

Signe de l'installation du phénomène sur notre île : les grandes enseignes spécialisées se développent. Leur credo : racheter des produits à des personnes qui veulent s'en débarrasser et se faire de l'argent, puis les revendre.

Pour le vendeur, c'est plus simple que de passer une annonce, et il a son argent tout de suite, « cash ». En revanche, il n'en tirera pas autant que s'il l'avait vendu lui-même à un particulier.

La première enseigne, « Cash Converter », a ouvert après la grève de février-mars 2009. « Les comportements commençaient à changer, la plupart des gens se sont mis à faire plus attention à leurs dépenses. Cela n'a pas pour autant été facile d'installer ce magasin. Les gens ne connaissaient pas du tout le concept, il a fallu leur expliquer », indique Nicolas Cypria, le gérant.

Le 27 juin dernier, un autre Cash Converter, deux fois plus grand, a ouvert dans la zone des Mangles au Lamentin.

Son concurrent direct, « Cash Express », s'est aussi installé dans la même zone, un mois plus tôt. Le business est porteur. Nicolas Cypria cherche même des collaborateurs pour installer des magasins en Guadeloupe et en Guyane.

- A tous prix

Chez Cash Converters, vous pourrez négocier le prix de vente de votre marchandise. « En général le magasin ne refuse pas un achat, sauf si c'est un produit défectueux. En fonction du stock, de la valeur initiale d'un produit, de son ancienneté, son état... nous proposons un prix. » Il arrive souvent qu'un produit acheté 20 euros soit revendu 40 euros. Mais ce n'est pas une règle absolue : « Tout dépend de la quantité que nous avons en stock et de la demande. La négociation est à l'avantage du client qui vient avec un Iphone 5, par exemple. Mais les Wii, nous en avons beaucoup en stock, leur valeur a baissé. » Cash Express semble davantage suivre l'argus du produit. Il est connu en scannant la référence du produit. C'est une moyenne de prix sur tous les magasins de l'enseigne pour un produit donné.

Tout est payé en liquide, sauf le rachat d'or, et quand la somme dépasse les 762 euros (Cash Converter) ou 500 euros (Cash Express).

- REPÈRES

Cash converter est une enseigne internationale créée en 1984. Première lancée sur le marché en France, en 1995, une partie de ces franchisés a ensuite donné naissance à Cash Express.

- Cash Converter promet à ses franchisés un retour sur investissement en deux ans, avec un chiffre d'affaires de 600 à 900.000 euros/an pour un magasin « city ». Plus grand, le « standard » offrirait de 1,3 à 2,6 millions de chiffre d'affaires/an.

- Le droit d'entrée est de 10.000 euros (City) ou 30.500 euros (standard).

- La redevance mensuelle s'élève, elle, à 1450 euros.

- L'investissement et l'apport personnel varient de 170 (format City) à 350.000 euros (standard).

Paru dans l(es) édition(s): France-Antilles Martinique

Créé en 2002, Cash Express est le leader français de la vente d'occasion.

- Le chiffre d'affaires moyen par an et par magasin serait de 1 million d'euros.

- Le droit d'entrée de 30.000 euros

- La redevance est de 1000 euros par mois la première année puis de 1300 euros.

- L'apport et l'investissement personnel s'élèvent à près de 400.000 euros.

Les deux enseignes ont respectivement des chiffres d'affaires situés entre 70 et 80 millions d'euros/an.

- Surconsommation et crise

Avec sa grande enseigne orange, vous ne pouvez pas rater Cash Express, dans la Zone de la Lézarde. Les rayons du magasin ont commencé à se remplir en mai. Le matin, l'espace Achat, à peine ouvert, reçoit une dizaine de vendeurs venus refourguer des produits divers, contre du cash.

Le vert « écolo » des murs est là pour rappeler la démarche environnementale : « Le recyclage vous rapporte, la planète en profite », peut-on lire dessus. Le vendeur lambda semble lui préférer la couleur des billets de banque. Dès la première semaine, plus de 130 personnes se sont présentées dans le 100e magasin « Cash Express » de France.

« Cela a toujours fonctionné mais ça prend de l'ampleur. Les gens cherchent d'autres moyens de consommer, pour des raisons financières et écologiques. Ils changent de téléphone tous les deux ou trois mois, plutôt que d'en acheter un neuf, ils le prennent d'occasion. Le développement de la surconsommation nous a permis de développer nos magasins», analyse Thomas Albanese, animateur de réseau Cash Express.

Accusés de tirer profit de la crise, e secteur se défend : « On ne peut pas dire ça! Si les gens ne consomment pas de neuf, il n'y a pas d'occasion. La crise éveille es consciences sur la manière de consommer différemment. On a subit moins, mais on n'en profite pas. » Selon les professionnels, le secteur d'activité gagnait 15 à 20% de croissance par an, « mais il y a un ralentissement ces dernières années. »

- Nicolas Cypria, gérant de Cash Converter

« L'image de la personne qui a du mal à finir le mois et vient vendre son téléviseur, cela ne correspond pas du tout à la réalité. Parmi nos clients, acheteurs ou vendeurs, nous avons aussi bien des CSP+, que des ouvriers. »

Hamitouche Leïla