

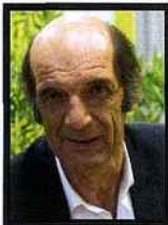
EN TÊTES

RENCONTRE

Roger Beille, président de **Cash Express**

« Nous avons le 200 magasins »

Son enseigne a franchi deux importants caps en 2013 : l'ouverture d'un 100^e magasin en France et d'une première unité à l'étranger. Roger Beille, président de Cash Express, nous dévoile la suite de ses projets en franchise.



“

Notre premier magasin belge a ouvert en mai 2013, à Charleroi. Le deuxième devrait être inauguré avant juin.

”



Franchise Magazine : *Votre enseigne, Cash Express, est passée de 93 à 103 magasins en France en 2013. Est-ce une performance conforme à vos espérances ?*

Roger Beille : Comme vous le savez, il n'est pas toujours facile de maintenir son calendrier d'ouvertures. Des questions de recherche d'emplacements, d'autorisation administratives, de travaux, viennent souvent retarder les choses. Nous avions davantage d'inaugurations prévues pour 2013, mais un certain nombre a dû être légèrement reporté. Ces créations, plus d'une dizaine, auront finalement lieu au cours du premier semestre 2014. Le plus important à mes

yeux est que nous avons rempli en 2013 deux objectifs qui nous tenaient énormément à cœur. Le premier est symbolique : il s'agissait de franchir la barre des 100 magasins en France. Le second est le fruit d'un long travail : c'est le lancement de notre expansion à l'international. Un dossier compliqué à mettre en œuvre mais qui a finalement pris forme, et nous en sommes ravis.

FM : *Cash Express existe en France depuis plus de dix ans. Pourquoi vous lancer aujourd'hui à l'international ? Et quels sont vos projets dans ce domaine ?*

Roger Beille : Nous avons déjà, il y a deux ans,

potentiel pour atteindre franchisés en France »

envisagé d'ouvrir en Espagne, projet que la crise économique est venue balayer. Plusieurs étrangers nous avaient par ailleurs déjà contactés parce qu'ils avaient entendu parler de notre concept et le trouvaient intéressant. Mais jamais encore, les conditions optimales pour nous lancer – un pays porteur, le bon partenaire, un emplacement satisfaisant – n'ont été réunies. Cette fois, ça y est, notre premier magasin belge a ouvert en mai à Charleroi. Le deuxième devrait ouvrir début 2014. Nous avons d'ores et déjà signé aussi pour le Portugal et réfléchissons à la Hollande.

FM: Comment choisissez-vous les pays que vous ciblez? Sous quelle forme allez-vous vous y implanter?

Roger Beille: La Belgique comme le Portugal ou la Hollande sont proches culturellement de la France; notre concept devrait donc y être bien accueilli. Il y existe déjà d'ailleurs des enseignes évoluant dans l'achat-vente, ce qui prouve que le marché est bien là. Nos premières implantations dans ces pays se feront en franchise directe, avec des partenaires qui, c'est prévu dans leurs contrats, pourront ensuite devenir des masters-franchisés et ainsi prendre en charge l'essor de notre marque sur l'ensemble de leur territoire.

FM: Comment a évolué l'activité de votre réseau en France en 2013? Quels outils fournissez-vous à vos franchisés pour les aider à continuer de progresser malgré la concurrence d'Internet?

Roger Beille: Le chiffre d'affaires du réseau *Cash Express* avait progressé de 6,6 % en 2012 et nous devrions être sur une tendance comparable en 2013. Nous avons notamment bénéficié, à la fin de l'année, du changement de comportement du consommateur, qui ne culpabilise plus de venir acheter des cadeaux de Noël d'occasion chez nous.

Nos franchisés ont pu, l'année dernière, profiter d'une campagne de publicité télévisée sur de grandes chaînes nationales. Ils disposent par

ailleurs d'un nouveau logiciel dans lequel *Cash Associés* a investi 280 000 euros. Une sorte de cote de l'occasion, qui leur permet de pratiquer les meilleurs prix possibles, à l'achat comme à la vente, et de se ménager ainsi des marges et une rotation de leurs stocks confortables. Tout cela s'ajoute à la formation, initiale (350 heures minimum) et continue que nous leur proposons.

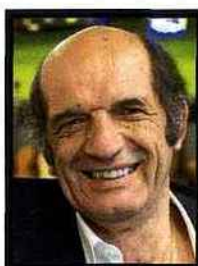
FM: Vous développez un format compact de magasin depuis quelques années. Quelles sont ses caractéristiques?

Roger Beille: Un magasin compact est une unité de 60 à 100 m² (contre 300 m² en moyenne pour un magasin classique), présentant les familles de produits les plus lucratives de la gamme *Cash Express*: jeux vidéo, bijoux, informatique, téléphonie, etc. Le concept est accessible en franchise pour un investissement global compris entre 170 et 180 000 euros et moitié moins d'apport (environ 50 000 euros) qu'un point de vente classique. Nous le proposons donc aux nouveaux candidats qui voudraient nous rejoindre mais ne peuvent pas, ou ne veulent pas, ouvrir un grand magasin.

FM: Quels sont vos projets de développement en franchise dans l'Hexagone pour l'avenir?

Roger Beille: Nous avons déjà une dizaine d'ouvertures calées pour le premier semestre 2014. Et d'autres suivront sur la fin de l'année. Nous ne pratiquons aucune ségrégation régionale, car malgré un maillage dense, de nombreuses zones restent encore à pourvoir. Nous venons par exemple seulement de nous implanter à Lyon, alors que nous existons depuis 2002. Sachant que nous sommes désormais en mesure de descendre dans les villes de moins de 50 000 habitants, grâce à notre format compact, j'estime que nous avons le potentiel pour doubler notre réseau à terme, autrement dit atteindre 200 magasins franchisés en France. ■

Propos recueillis par Olivia Leroux



“

Nous avons déjà une dizaine d'ouvertures calées pour le premier semestre 2014, et d'autres suivront avant la fin de l'année.

”



DIDIER ET ANNE GONNET-MARTY

Commissionnaires-affiliés Pause Café à Alès (30)

« S'appuyer sur le savoir-faire du franchiseur permet de se consacrer à la gestion et à la vente. »

ro 1 bis) d'enregistrer une croissance d'activité constante (de l'ordre de 5 % par an) depuis son ouverture en novembre 2009 à Alès, la capitale des Cévennes et fief du couple d'entrepreneurs. "S'appuyer sur le savoir-faire du franchiseur permet de se consacrer à la gestion et à la vente, résume Didier Gonet-Marty. Le réassort produits est quotidien et les remontées terrain plutôt bien prises en compte par la direction". Au jour le jour, l'organisation est millimétrée : Anne s'occupe de l'administratif, de la comptabilité et du merchandising vitrine ; Didier du reste : gestion du personnel, contacts avec l'animateur et relations extérieures, sans oublier "tous les petits imprévus".

Gestion multi-sites et vie de couple

Cela fait plus de dix ans que le binôme s'affaire dans le prêt-à-porter, depuis la reprise du magasin familial de mode masculine aujourd'hui sous enseigne

Symbiose textile

À Alès, Didier et Anne Gonet-Marty, commerçants aguerris, exploitent deux magasins de prêt-à-porter dont un Pause Café, dédié à la femme. L'organisation y est millimétrée.

MATHIEU BANUET

L'an passé, Didier Gonet-Marty a reçu le titre symbolique de commerçant affilié le plus performant du réseau *Pause Café*, une chaîne de 50 magasins de mode féminine moyen-haut de gamme développée dans le giron du groupe Ryvia (plus de 23 M€ de chiffre d'affaires). Cette distinction honorifique, le chef d'entreprise de 47 ans la partage avec son épouse, Anne, codirigeante de l'affaire. Il sait surtout que tout est fragile dans le commerce d'aujourd'hui, en pleine mutation : "Il faut sans cesse s'adapter, se remettre en question tous les jours pour animer son point de vente, communiquer, fidéliser les clientes et en faire venir de nouvelles. Sans oublier d'aller sur des salons, de sentir les tendances ; bref, ne pas être enfermé dans son magasin 365 jours par an !"

Combiné aux recettes merchandising et marketing de *Pause Café* l'engagement commercial des gérants a permis à la boutique (75 m² en emplacement numé-

Territoire d'Homme. C'est pour diversifier leur offre dans la ville et après un tour exhaustif du marché que le couple se tourne en 2009 vers *Pause Café* avec qui le projet sera concrétisé en deux mois. "De beaux produits, des finitions et des tissus originaux", ont convaincu le duo de signer. Implanté au beau milieu de la concurrence (*Scottage*, *IKKS* et un magasin indépendant), le point de vente a nécessité, hors pas de porte, un investissement de 60 000 euros pour les travaux et l'agencement au concept architectural et mobilier de la chaîne.

Épanoui dans la gestion multi-sites (un responsable magasin a été nommé dans chacune des deux unités), le couple mûrit de futurs projets, à commencer par un deuxième *Pause Café* dans la région (Nîmes est à moins de 50 km). La clé c'est évidemment de parvenir à compartimenter vie professionnelle et vie de famille : Didier et Anne ont une ado de 14 ans et un fils jeune homme de 18 ans. "On ne parle pas de travail à la maison, expliquent-ils. Et au travail, le fait d'avoir chacun nos domaines de compétences spécifiques et nos missions, sans que l'autre n'interfère ou seulement ponctuellement, est très important." A l'aise avec l'homme et la femme, le couple Gonet-Marty ne compte pas s'attaquer au prêt-à-porter pour enfant, activité "plus compliquée", estime-t-il. ■