



Cash Express, un concept innovant et durable

Créée en 2001, Cash Express s'est toujours réinventée pour s'adapter aux évolutions du marché et rester fidèle aux attentes des consommateurs. Cette enseigne visionnaire, parmi les leaders du marché de seconde main, a non seulement misé avant l'heure sur le marché porteur de l'économie circulaire, mais aussi anticipé les tendances en faisant de la multiplicité des formats et de l'optimisation des pôles de flux un atout qui renforce sa compétitivité et son attractivité. Elle tire son unité et sa force de la diversité non seulement des formats, mais aussi des profils et des produits. L'une des clés de son succès : conjuguer le futur au présent.

Le concept de Cash Express est basé sur une idée forte : promouvoir une démarche éco-responsable tout en préservant le pouvoir d'achat des consommateurs. Il l'est aussi sur un positionnement différenciant : le réseau joue la carte de la proximité. Dans un univers concurrentiel, il fait le pari gagnant de décliner le format de ses magasins pour conquérir de nouveaux territoires et aller au plus près de sa clientèle.

La diversité des formats, facteur de compétitivité et d'attractivité

Créé en 2001, le réseau de franchises Cash Express s'est historiquement développé en périphérie, dans les zones commerciales de villes importantes, avec de grands formats (250 à 300 m²) puis en centre-ville avec des formats compacts voire ultra compacts. Depuis une dizaine d'années, un modèle hybride (120 à 200 m²) a vu le jour dans les villes moyennes disposant d'une zone de chalandise de 50 000 habitants, un modèle qui rencontre un franc succès.

Pour Arnaud Guérin, co-président de Cash Express ***“Force est de constater que ce n'est plus le consommateur qui va au commerce, mais le commerce qui va au consommateur. Une tendance qui s'est accélérée ces dernières années avec la montée en puissance de l'e-commerce. Nous avons multiplié les formats pour nous adapter aux territoires et venir étoffer le paysage commercial en qualité d'acteur de seconde main de proximité. Une formule gagnante puisque notre enseigne dénombre, en l'espace de 20 ans, plus de 130 magasins et annonce une croissance record sur le premier semestre 2023 avec une vingtaine de signatures d'ouvertures.”***

Un business model adapté

Qui dit diversité des formats et des territoires, dit diversité des business model. Cash Express a développé un modèle économique en phase avec l'ensemble de ces zones, ajustant la voilure au potentiel de chacune : investissement peu gourmand, taille adaptée, charges d'exploitation raisonnables.

“Notre business model est étudié et éprouvé. Les magasins sont rentables très rapidement. Ce qui est gage de sécurité pour nos franchisés. En outre, la

consommation des produits d'occasion s'est largement généralisée et touche l'ensemble des consommateurs, qu'ils résident en zone urbaine ou rurale. L'économie circulaire est un enjeu majeur de notre société. Cash Express a cherché la manière la plus appropriée d'y répondre en développant des formules physiques au plus près de leurs attentes. En complément, la digitalisation de ses prestations, via le e-commerce, renforce encore ses services de proximité. »

Une diversité de profils réunis autour d'un partage de valeurs communes

Cash Express est avant tout une aventure humaine. Et, comme le souligne Arnaud Guérin, ***“Notre franchise s'épanouit dans la diversité des personnalités qui la composent. Leurs points communs : le sens du commerce et des aptitudes managériales.”***

Juriste, gérant de stations-service, salarié de magasin, ex-franchisé de la grande distribution..., seuls ou en couple, nombreux sont ceux qui ont sauté le pas pour rejoindre l'enseigne. Avec des motivations très diverses qui peuvent aller du souhait de changer de vie à celui de s'investir dans le marché de l'économie circulaire en passant par le désir de créer son activité ou de voler de ses propres ailes. De plus en plus de jeunes, entre 23 et 35 ans, choisissent aujourd'hui le réseau avec l'envie de prendre leur avenir en main et de contribuer de façon positive et durable à l'évolution de la société. Le marché de seconde main est une évidence pour eux. Tout comme pour Cash Express. En outre, la diversité des produits permet à chacun de laisser libre cours à ses affinités tout en faisant rimer activité et plaisir.

L'anticipation, la flexibilité, l'innovation sont les clés de réussite d'une enseigne à la fois ancrée dans son temps et pérenne.

A propos de Cash Express :

Cash Express est un des leaders historiques de l'achat-vente de produits et d'objets d'occasion installé sur le marché français depuis 2002. L'enseigne compte 130 magasins répartis entre la France, la Belgique et le Portugal. Cash Express prône l'Ecoréflexe, nouveau mode de consommation développé par l'enseigne, qui allie économie et écologie en donnant une deuxième vie aux produits. En 2023, le réseau a accéléré son virage digital pour répondre aux attentes de la clientèle et du marché.

<https://www.cashexpress.fr/>

Visuel sur l'espace Presse Infinités

Pour accéder à l'Espace Presse des clients d'Infinités, merci de vous identifier une fois :

Mail : veronique@infinites.fr / MDP : [infinitesRP](https://www.infinites.fr) / www.infinites.fr

CONTACT PRESSE : Infinités Communication

Véronique BONNET : veronique@infinites.fr

Tél : 01 30 80 09 23

www.infinites.fr

