

CASH EXPRESS PRESENTE SA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Depuis le 11 novembre 2013 a débuté sur les chaînes M6, W9, D8 et NRJ12 la nouvelle campagne publicitaire de Cash Express, l'un des leaders français de l'achat-vente. Ce spot de 12 secondes diffusé sur les chaînes nationales sera suivi d'une campagne d'affichage (4X3, Atribus et Presse) pour les 105 franchisés du réseau, désireux d'y participer. Ils pourront ainsi utiliser selon leurs besoins en communication ces nouveaux outils et présenter au grand public leur enseigne. Ces dernières années, le métier de l'achat-vente s'est largement démocratisé et témoigne d'une nouvelle forme de consommation en pleine croissance, permettant de prolonger la vie des produits.

LE CONCEPT PUBLICITAIRE

Ce spot de 12 secondes, mettant en scène un père et son fils de 9 ans, est diffusé depuis le 11 novembre 2013 et jusqu'au 24 novembre 2013 inclus, sur les chaînes M6, W9, D8 et NRJ12. La réalisation du spot a été confiée à l'agence DIVINE. Cette campagne publicitaire est complétée par une version print et construite comme une saga familiale : les visuels présentent le père, le fils, la mère et la fille, mais aussi l'expertise de 2 vendeurs du réseau qui ont décidé de participer à cette campagne. L'objectif est de communiquer sur le nombre important d'objets qu'il est possible de trouver au sein du réseau. La publicité met ainsi l'accent sur l'intérêt de consommer intelligemment en revendant les produits dont on ne sert plus, pour acquérir ceux dont nous avons besoin ou qui nous font plaisir.

En 2012, plus de 4 millions d'objets d'occasion ont été vendus sur le réseau, et près d'un Français sur deux a vendu ou acheté des objets d'occasion dont 61 % par souci d'économie.

**Source : Opinion Way, juin 2013 « Les Français et le marché de l'occasion » pour SOFINCO*

CASH EXPRESS, UNE FRANCHISE FRANÇAISE PERFORMANTE

Cash Express a été créée en 2001 et compte aujourd'hui 670 personnes travaillant sur l'ensemble du réseau avec une moyenne de 7 millions de clients. Les multi-franchisés sont nombreux et témoignent de la confiance que les adhérents portent à cette enseigne, dernière-née de son secteur mais devenue l'une des leaders. Pour rester compétitive et au plus près de sa philosophie d'entreprise, Cash Express innove constamment et s'engage pour le respect de l'environnement, de ses collaborateurs et de ses clients. Chez Cash Express, l'acheteur économise entre 30 et 70% sur le prix du neuf. Tous les produits sont testés et révisés lorsque nécessaire, et ils bénéficient de la garantie Cash Express de 3 mois et de l'extension de garantie proposée entre 12 et 24 mois. L'acheteur s'assure un achat serein.

Cash Express annonce pour la dixième année consécutive des chiffres en plein essor avec +6,6 % de progression du chiffre d'affaires en 2012, pour atteindre 80 millions d'euros. Un réseau fort de 104 magasins performants, qui poursuit son développement avec 14 projets d'ouvertures à court terme dont, sur le continent européen : en Belgique et au Portugal.