

cash  xpress

L'OCCASION **TOUT NATURELLEMENT**

DOSSIER **DE PRESSE**



CASH EXPRESS, UN LEADER DE L'ACHAT-VENTE DE PRODUITS D'OCCASION AUX PARTICULIERS

1.

L'ENSEIGNE HISTORIQUE D'ACHAT ET DE REVENTE DE PRODUITS D'OCCASION

- 1.1** Un réseau pérenne de 20 ans d'expérience
- 1.2** Des co-dirigeants engagés
- 1.3** Une enseigne toujours plus soucieuse de l'environnement

2.

L'OCCASION PROFESSIONNELLE POUR LES PARTICULIERS

- 2.1** Un acte éco-responsable : vendeur ou acheteur ?
- 2.2** Les univers produits
- 2.3** Des garanties et assurances fiables

3.

LA FORCE D'UN RÉSEAU INNOVANT, À FORT POTENTIEL

- 3.1** La franchise comme modèle économique
 - Un réseau structuré
 - Deux formats de magasin
- 3.2** Un positionnement digital pertinent et performant
- 3.3** Un accompagnement et des outils performants
- 3.4** Les chiffres clés de Cash Express et ses implantations



Plébiscité par les Français, le marché de l'occasion affiche une belle croissance. Que ce soit en ligne ou en magasin, ce secteur d'activité s'inscrit à la fois dans une démarche écologique et économique : il offre aux particuliers la possibilité de maîtriser leurs dépenses tout en réduisant leur empreinte carbone. Il traduit ainsi l'évolution de la société, se faisant l'expression d'une nouvelle forme de consommation plus collaborative et responsable.

Pionnier de l'achat-vente de produits de seconde main, Cash Express a su apporter professionnalisme et assurance à cette pratique qui fait de plus en plus d'émules. De même qu'évoluer avec son temps en conciliant commerce physique et e-commerce pour devenir une enseigne phygitale de référence.

1.

L'ENSEIGNE HISTORIQUE D'ACHAT ET DE REVENTE DE PRODUITS D'OCCASION



Cash Express est né de l'initiative d'un entrepreneur atypique, Roger Beille. S'inspirant d'un modèle de franchise anglo-saxon, il l'adapte au marché français et lance en novembre 2002 son propre réseau dans l'hexagone. Le succès est immédiat. Rapidement l'enseigne prend de l'essor et conquiert ensuite la Belgique et le Portugal. De 20 points de vente à sa création, elle en dénombre 130, 20 ans plus tard, et vise les 150 à l'horizon 2024.

1.1

UN RÉSEAU PÉRENNE DE 20 ANS D'EXPÉRIENCE

2001

Création de l'enseigne à Perpignan, ville d'origine de Roger Beille, président de la société.

2002 à 2004

Cash Express professionnalise le concept de l'achat-vente d'occasion en développant des outils modernes et efficaces : une première version de l'argus informatique d'occasion, une centrale de référencement, un concept de magasin revu et modernisé, une communication décalée et pertinente.

Le réseau recrute ses premiers franchisés et compte 20 magasins.

2005 à 2009

Le réseau devient adhérent à la Fédération Française de la Franchise.

Composé de 70 magasins, l'enseigne ouvre un premier magasin dans les territoires d'outremer à St Pierre de la Réunion.

Cash Express crée aux côtés d'autres enseignes comme Monceau Fleurs et Yves Rocher, le Club « Génération Responsable ».

2010

Cash Express repense son concept de magasin, et lance sa nouvelle signature : L'Eco-Réflexe.

2011

Cash Express lance un nouveau format de franchise: le magasin de Proximité, adapté aux centres-villes et aux petites villes.

2012

Le réseau se dote d'un progiciel exclusif à l'activité de l'achat-vente de produits d'occasion. Ce dernier permet, entre autres, d'avoir accès à une cotation de plusieurs millions d'articles.

2013

Le réseau ouvre son premier magasin en Belgique. Cash Express devient une enseigne européenne.

2014

Cash Express ouvre un premier magasin au Portugal à Portimao et un second magasin en Belgique, à Mons.

Première enseigne du secteur à garantir tous les produits 6 mois, quand ses concurrents proposent des garanties de 48 heures sur les produits « culture », et de 30 à 90 jours sur les autres articles.

2015

Arnaud Guérin et Lionel Logiacco, respectivement directeur du développement et directeur administratif et financier, prennent la présidence de Cash Express, après le décès de Roger Beille.

2016

Lancement de la consultation du stock en ligne de l'ensemble des magasins et du service E-réservation avec retrait en moins de 15 minutes.

2017

Développement d'une plateforme communication locale intégrée.

2018

Cash Express accueille 10 nouveaux franchisés, ce qui porte le nombre total de ses magasins à 126.

2019

5 nouveaux points de vente viennent agrandir le réseau.

2020

Cash Express lance la livraison en ligne sur son site internet e-commerce. L'enseigne prend un virage écologique avec son nouveau programme de fidélité basé sur l'empreinte carbone évitée grâce à la consommation d'occasion.

6 nouveaux points de ventes rejoignent le réseau

2021

Ouverture de 10 magasins.

2022

Cash Express fête les 20 ans de son réseau et dévoile une nouvelle identité visuelle affirmant encore plus la dimension écologique de son activité.

2023

Cash Express accélère sa transformation digitale. Le réseau vise les 150 unités à court terme

1.2 DES CO-DIRIGEANTS ENGAGÉS

Arnaud Guérin et Lionel Logiacco prennent la direction du réseau en 2015, suite au décès de son fondateur Roger Beille.

Après une Maîtrise en économie et un DESS en marketing et commerce, il multiplie les expériences afin de mettre en pratique ses connaissances puis rejoint le secteur de la grande distribution en tant qu'assistant de direction. Cinq ans plus tard, il décide d'entreprendre en ouvrant son propre commerce, en franchise, spécialisé dans l'achat-vente d'objets d'occasion, au sein d'une enseigne australienne. Il devient multi-franchisé, dirigeant jusqu'à 3 magasins, qu'il transformera en Cash Express lors de la création de l'enseigne quelques années plus tard. En 1998, il rencontre Roger Beille et rejoint la direction du réseau en intégrant la fonction de Directeur administratif et financier, poste qu'il continue d'occuper aujourd'hui.



LIONEL LOGIACCO
CO-DIRIGEANT ET
DIRECTEUR ADMINISTRATIF
ET FINANCIER



ARNAUD GUÉRIN
CO-DIRIGEANT ET
DIRECTEUR DU RÉSEAU

Cet entrepreneur né, titulaire d'une maîtrise de Droit des affaires, reprend, dès la sortie de ses études, une société familiale spécialisée dans le rachat de matériel vidéo d'entreprise destiné à être revendu aux particuliers. Fort de cette expérience et d'un solide réseau professionnel, il saisit l'opportunité de rejoindre en tant qu'associé-gérant 2 magasins d'achat-vente à Tours en 2001. Il en ouvre rapidement deux nouveaux, à Bourges et à Blois. Quelques années plus tard, cet indépendant décide de rejoindre un groupe pour faire face à l'importante concurrence. En 2006, il décide de passer du côté franchiseur pour accompagner et participer activement à l'épanouissement de Cash Epress. Il commencera par animer le réseau pour aujourd'hui le diriger et assurer son développement.

1.3 UNE ENSEIGNE ÉCO RESPONSABLE

Cash Express porte une attention particulière à l'environnement... En effet, acheter et vendre un produit d'occasion, c'est bon pour la planète ! Cela permet en premier lieu de recycler des produits en leur donnant une seconde vie.

En 2022, le réseau décide de modifier sa communication et son identité visuelle pour prôner encore davantage la dimension écologique de son activité. Tout en faisant de la consommation d'occasion une évidence accessible à tous. Exit la couleur orange, Cash Express passe au vert !

Cette expertise reconnue depuis de nombreuses années est désormais accompagnée d'une nouvelle baseline, « l'occasion tout naturellement » qui souligne la volonté de l'enseigne de faire de la consommation d'occasion une évidence à la fois économique et écologique toujours portée par l' « Éco-Réflexe ».

Une modification d'identité globale puisqu'elle s'accompagne aussi d'un nouveau concept magasin appuyant et expliquant à tous l'engagement de l'enseigne.



Ce renouveau est le résultat d'un important travail de fond, qui a consisté à actualiser les missions et les contours de la marque. Nous dévoilons un nouveau logo et de nouveaux codes graphiques, mais nous affirmons surtout l'objectif de donner les moyens à tous de consommer moins, mieux et local. Donner une seconde vie aux objets contribue à booster l'économie locale, favorise les circuits courts et réduit notre empreinte carbone. Chez Cash Express, nous croyons profondément en ce nouveau mode de consommation durable et raisonné.

Arnaud Guérin,
Co-Président et Directeur de l'enseigne.

Conscient de l'ensemble des enjeux de son activité, Cash Express a rapidement placé, dès 2011, la dimension écologique au cœur de sa stratégie de marque. Le réseau prend des engagements majeurs pour réduire son empreinte écologique et met notamment en place :

- **U**n éclairage basse consommation en remplacement de tous les halogènes et ampoules à forte consommation pour réduire de 30% la consommation d'énergie.
- **U**n programme de fidélité responsable basé sur l'empreinte carbone évitée par la consommation d'occasion. Un calcul réalisé à l'aide d'une étude de l'ADEME datant de fin 2018.
- **C**haque arbre est complété lorsque l'utilisateur atteint les 150 kg d'économie de CO2 et lui donne droit à une remise supplémentaire de 5 % puis de 10 % sur une journée au choix.
- **D**es bacs spécifiques à disposition des clients à l'entrée des magasins pour leur permettre de contribuer à l'effort écologique en rapportant piles, cartouches, téléphones et batteries usagés.
- **U**ne application fidélité calculant en temps réel l'EcoBonus cumulé par chaque client lors de ses ventes et achats. Représenté par l'épanouissement d'un arbre digital, l'EcoBonus leur donne la possibilité de suivre les économies d'empreinte carbone réalisées à cette occasion.
- **U**n module de vente en ligne de l'enseigne mettant l'accent sur le coût du CO2/km selon le magasin choisi. Un indicateur permet de connaître la distance de livraison et son coût en CO2/km donnant la possibilité aux clients de choisir la meilleure option écologique entre toutes les disponibilités.
- **U**ne suppression progressive des sacs en plastique.



Depuis plusieurs années, Cash Express participe aux travaux, études, conférences et recherche de l'ADEME, l'agence de l'environnement et la maîtrise de l'énergie, en tant qu'acteur incontournable de la filière Réemploi / Occasion.



2.

L'OCCASION PROFESSIONNELLE POUR LES PARTICULIERS

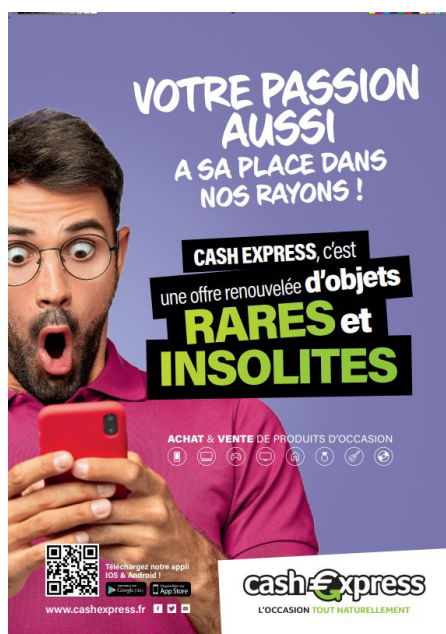


Selon une étude menée par Xerfi, en janvier 2019, le marché de la distribution de biens d'occasion (hors voiture et vêtements) en France est évalué à 6 milliards d'euros. Environ 60% des consommateurs ont déjà acheté des produits culturels d'occasion et 34% ont déjà acheté des TV, Hifi, Vidéo, Informatique d'occasion (Source : Observatoire Cetelem 2010). Concernant la vente de produits d'occasion, 31% des consommateurs ont déjà vendu des télévisions, du matériel hifi, vidéo ou informatique et 42% pensent le faire à l'avenir (Source : Observatoire Cetelem 2010).

2.1 UN ACTE ÉCO-RESPONSABLE : VENDEUR OU ACHETEUR ?

Le marché de l'occasion est un secteur qui ne connaît pas la crise... Au contraire, c'est aujourd'hui une véritable tendance de consommation démocratisée et décomplexée, faisant de plus en plus d'adeptes. En effet, cette façon de consommer s'inscrit dans un acte éco-responsable et se présente comme une réponse aux diverses problématiques écologiques liées à la sur-consommation en donnant une seconde vie aux objets. Ainsi, il devient possible de revendre des biens inutilisés pour que d'autres en bénéficient à prix réduits !

Achat malin, recyclage, anti-gaspillage, réduction de l'empreinte écologique, avec plus de 9 millions de produits d'occasion achetés et vendus par an sur l'ensemble du réseau, Cash Express prône l'Écoréflexe, mode de consommation développé par l'enseigne, permettant de lier économie et écologie, aussi bien pour les vendeurs que pour les acheteurs.



Les atouts de Cash Express pour la personne qui cherche à vendre ou acheter un produit

Le vendeur bénéficie de :

Un accès à tout moment au magasin pour donner une seconde vie à ses objets,

Un accueil par une équipe de spécialistes dans un espace dédié à la vente,

Un prix de reprise le plus juste grâce à une estimation en temps réel via « l'Argus Cash Express » (outil spécifique conçu en interne pour aider les collaborateurs dans cette étape)

Une vente simple et rapide, en direct, avec un paiement immédiat.



La livraison en ligne

L'OCCASION TOUT NATURELLEMENT

Cash Express propose la livraison en ligne. Avec toujours une démarche écologique forte, l'enseigne a pris le parti d'afficher le coût du CO2/km de la livraison suivant le magasin choisi. Ainsi, lorsque le produit souhaité est disponible dans plusieurs points de vente, un indicateur permet alors de connaître la distance de livraison et l'empreinte carbone émise. Un moyen de faire prendre conscience et de rappeler que la livraison n'est pas toujours le meilleur choix lorsque d'autres options plus proches sont possibles !



L'acheteur bénéficie de :

Une économie jusqu'à 70% sur le prix du neuf

Une garantie de 1 an à 2 ans sur les produits, il effectue un achat serein.

Un large choix de produits testés dans 8 univers: la téléphonique, l'informatique, les jeux vidéo, le son & l'image, l'habitat, les bijoux, la musique et la culture.

Un stock constamment approvisionné, consultable, réservable en ligne en temps réel sur le site internet Cash Express. L'acheteur peut ensuite aller retirer le produit dans le magasin choisi ou le faire livrer à son domicile.

Une expérience agréable en magasin avec un accompagnement et un service client éprouvé !

cash express

Cash Express propose à ses clients de réserver leurs produits en ligne avec un retrait possible sous 15 minutes, le service de réservation le plus rapide au monde ! Un temps de réactivité presque instantané dans un secteur où le produit unique est roi.

Facile, rapide et gratuit, Cash Résa Express permet en un clic de réserver son produit dans le magasin de son choix.

2.2 LES UNIVERS PRODUITS



Sur une surface de vente de 50 à 400 m², Cash Express expose tous les produits d'occasion ou déstockés. Ces derniers sont tous testés et garantis au minimum 12 mois.

Les rayons sont organisés par univers produits afin d'optimiser le parcours client en magasins. 8 familles de produits sont facilement identifiables notamment grâce à des codes couleurs différents.

8 UNIVERS DE PRODUITS!



Téléphonie



Informatique



Jeux vidéo



Son & Image



Culture



Bijoux



Musique



Habitat

Les univers les plus prisés des clients sont aujourd'hui, la téléphonie, le multimédia et les jeux/console vidéo.



2.3 DES GARANTIES ET ASSURANCES FIABLES



Des garanties performantes

Pour 50% des consommateurs, la garantie est le principal frein de l'achat d'un produit d'occasion. Partant de ce constat, Cash Express a voulu révolutionner les garanties des produits pour permettre à ses clients d'acheter en toute confiance. Pour cela, les magasins proposent une garantie de 12 mois avec extension de 12 mois supplémentaires à des conditions exceptionnelles et plus performantes que celles proposées par le commerce des produits neufs traditionnel.

● Une sécurité d'achat

Afin de garantir une sécurité d'achat optimum, les produits achetés par Cash Express suivent une procédure stricte pour assurer une traçabilité et protéger contre le recel. Tous les magasins tiennent un livre de police, obligatoire, et les clients/vendeurs doivent également signer un acte de vente, s'engager par écrit sur sa légitimité à vendre le bien et remettre une copie de sa carte d'identité. De plus, tous les actes d'achats sont filmés et conservés au sein du réseau.

● Un programme de fidélité

Équitable et fédérateur, le programme de fidélité de l'enseigne s'inscrit dans une démarche écologique et gagnant/gagnant. Il récompense instantanément le vendeur et l'acheteur du produit en se basant sur l'empreinte carbone évitée grâce à la consommation d'occasion. Cash Express fait ainsi la part belle à l'écologie en mettant en place cette méthode de calcul qui s'appuie sur une étude de l'ADEME de 2018.



3.

LA FORCE D'UN RÉSEAU INNOVANT, À FORT POTENTIEL



Crée à Perpignan, en 2001, par Roger Beille, et aujourd'hui dirigé par Arnaud Guérin et Lionel Logiacco, Cash Express se développe en franchise.

Au fil des années, Cash Express a développé un véritable savoir-faire que la tête de réseau enseigne à tous les franchisés qui les rejoignent dans cette belle aventure. De plus, grâce à une croissance maîtrisée, l'enseigne qui connaît un développement important a mis en place un accompagnement optimisé de ses franchisés et de leur équipe au quotidien.

3.1 LA FRANCHISE COMME MODÈLE ÉCONOMIQUE

Un réseau aux bases solides

Cash Express est un réseau avec des valeurs fortes, telles que la loyauté, la transparence et la fidélité, à l'origine de sa création par des hommes de terrain. Cet état d'esprit se traduit donc par une forte participation des franchisés dans l'évolution du réseau. Une implication qui n'est toutefois pas incompatible avec le besoin de liberté légitime d'un entrepreneur indépendant.

LE PROFIL DU FRANCHISÉ

Le réseau s'adresse essentiellement à des candidat(e)s dotés d'un sens du commerce développé avec une première expérience dans ce domaine ou dans la gestion, d'un sens pragmatique, partageant l'envie commune de réussite et le goût d'entreprendre.

LES CRITÈRES D'IMPLANTATION

L'emplacement étant primordial chez Cash Express, l'enseigne privilégie les zones commerciales ou les centres-villes.



Deux formats de magasin

Initialement développé sous forme de « Cash Express Classique », le réseau propose, depuis presque 10 ans, des formats compacts pour optimiser le maillage du territoire et devenir un acteur de proximité. En effet, il est désormais possible d'ouvrir un Cash Express avec une superficie moindre ou sur une zone de chalandise de moins de 50 000 habitants. Un format qui séduit de plus en plus !

LE FORMAT « STANDARD »,

D'une superficie régulièrement supérieure à 200 m², il s'adresse à une zone de chalandise de plus de 50 000 habitants



LE FORMAT « COMPACT »,

Il permet de s'adapter à des zones plus courtes de moins de 50 000 habitants via des magasins de proximité en périphérie (120 à 200 m²) ou bien dans des environnements très urbains (entre 70 et 150 m²)



3.2 UN POSITIONNEMENT DIGITAL PERTINENT ET PERFORMANT

En tant que pionnier sur le marché de la seconde main, Cash Express se devait d'accompagner l'essor du commerce en ligne en adoptant une position compatible avec son ADN de réseau de magasins physiques.

Ce juste équilibre a été élaboré au fil de ces dernières années en procédant de manière réfléchie et par étapes.

2016

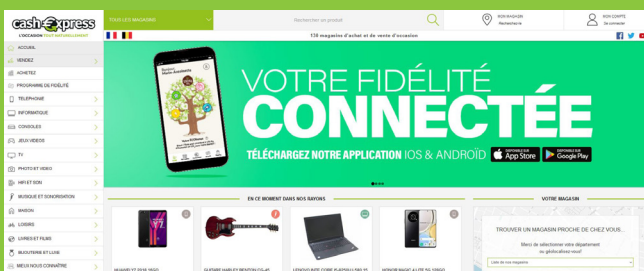
Mise en place de la consultation du stock des magasins en ligne. Ce sera l'occasion de proposer un service inédit de E réservation avec une promesse de réponse sous 15 minutes !

2020

Mise en place de la vente en ligne. Toujours soucieux de privilégier les circuits les plus courts, ce service fait la part belle au retrait magasin (click & collect) tout en permettant des expéditions « classiques »

2023

La vente en ligne est rejointe par l'estimation et l'achat en ligne. La proposition E commerce de Cash Express est ainsi tout à fait en phase avec le concept accessible physiquement.



Le murissement de ces développements a permis à Cash Express d'imaginer une expérience client simple, intuitive et sécurisante.

L'accessibilité et la facilité du commerce en ligne sont ainsi consolidées par la force du réseau physique de magasins.

Sur le secteur particulièrement concurrencé du marché de la seconde main de produits technologiques Cash Express lève tous les freins en combinant rapidité et sécurité des transactions mais également traçabilité et fiabilité des produits.



L'ambition légitime est de séduire la clientèle ayant fait ses premiers pas dans la consommation d'occasion via les pure players avec souvent des déceptions quant à la transparence, à la rigueur de l'offre ou encore le traitement du SAV.

3.3 UN ACCOMPAGNEMENT ET DES OUTILS PERFORMANTS

Un processus d'intégration complet

Le franchiseur Cash Express accompagne le franchisé de la signature du contrat, tout au long de la création de son point de vente, jusqu'au démarrage de l'activité. Le réseau a pour cela créé un processus d'intégration complet.

Avec tout d'abord, une formation initiale permettant aux franchisés d'acquérir des bases solides. Le programme, de 350 heures obligatoires, peut aller jusqu'à 400 heures.

Il est basé sur trois grands axes :

- le magasin et son organisation (vente, caisse, équipe),
- les achats (y compris procédures, tests produits, négociations),
- la gestion (y compris les aspects juridiques, obligations légales, sociales, organisation de la comptabilité).

De plus, dès la signature du contrat, le franchisé est mis en relation avec un conseiller franchise Référent du réseau, il va suivre et coordonner toutes les actions d'ouverture, de formation et de planning afin de l'épauler dans toutes les étapes cruciales.



ARECO, Académie du reconditionné et de l'occasion

L'excellence d'une pratique se mesure aussi à l'aune des formations continues. Pour répondre à cet objectif, Cash Express a créé ARECO, l'Académie du reconditionné et de l'occasion. Cette structure de formation, certifiée Qualiopi, lui permet de proposer des formations spécifiques inhérentes à son activité tout au long de l'année sur des thématiques aussi diverses que l'achat, la vente, le management, le digital ou la bijouterie...

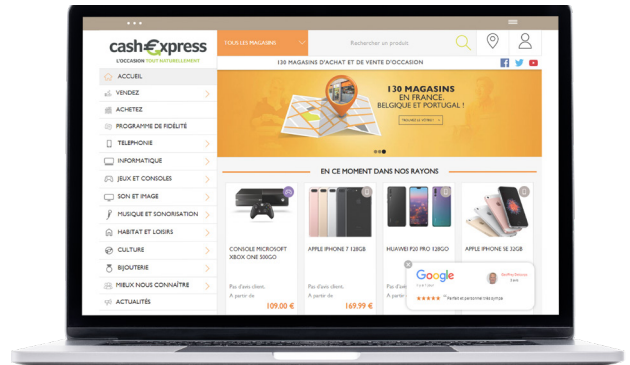
Des outils performants

L'OUTIL HERMÈS

Logiciel exclusif Cash Express et pensé par les franchisés afin de répondre parfaitement à leurs attentes, il permet notamment d'estimer correctement la valeur des produits à l'achat et à la revente. Via un serveur national, il donne accès à toutes les données du réseau : côte de l'occasion, chiffre d'affaires, marge, segmentation, répartition des familles...

UN SITE INTERNET OPTIMISÉ

Site générique de l'enseigne, il comprend non seulement la présentation du concept et l'annuaire des magasins membres du réseau, mais aussi le stock des produits disponibles en temps réel, un service de e-réservation et de livraison à domicile, et depuis 2023, d'estimation et d'achat en ligne. Le site devrait accélérer son orientation marchande dans les prochains mois



UN EXTRANET DÉDIÉ

Véritable tableau de bord, il donne la possibilité aux franchisés du réseau de consulter les statistiques, de s'inscrire aux formations, de télécharger des documents type...

UNE COMMUNICATION NATIONALE PUISSANTE

Une présence sur les différents médias nationaux et locaux procure une importante visibilité à l'enseigne. De plus, le réseau Cash Express a atteint une taille et une couverture nationale qui lui permettent d'accéder à diverses actions de communication sur des supports importants, pour la plupart inaccessibles pour des indépendants.

UNE CARTE DE FIDÉLITÉ "ECO-RÉFLEXE" DÉMATÉRIALISÉE

Elle permet de fidéliser autant les clients vendeurs que les clients acheteurs en leur apportant diverses garanties. Une refonte du programme de fidélité verra le jour fin 2020 afin de l'optimiser et de l'axer écologie avec un barème de récompenses prenant en compte l'empreinte carbone non dépen-sée grâce à la vente et l'achat de produits d'occasion par les clients. Les adhérents pourront également bénéficier de la garantie d'un an et d'autres avantages leurs seront dédiées.

UNE PLATEFORME DE COMMUNICATION LOCALE : MA COM' DIGITALE

Cet outil performant donne accès aux campagnes digitales (emailing, sms) personnalisables et déclinables en magasin (informations sur le lieu de vente...)



3.4 LES CHIFFRES CLÉS DE CASH EXPRESS ET SES IMPLANTATIONS

Enseigne	Cash Express
Date de création	2002
Siège social	18 rue de Lisbonne - My Expobat Village - 13480 Cabriès
Site Web	www.cashexpress.fr

Format magasin	STANDARD	COMPACT
Type de contrat	Franchise	
Durée du contrat	7 ans renouvelables	
Droits d'entrée	30 000 € HT	18 000 € HT
Apport personnel	100 000 à 150 000 € HT	50 000 à 60 000 € HT
Investissement global (hors pas de porte)	250 000 à 350 000 €	150 000 à 200 000 €
Redevance	A partir de 1 300 € HT <small>(indexation de 2.5% HT du CA TTC plafonnée à 1500€)</small>	A partir de 1 000 € HT <small>(indexation de 2.5% HT du CA TTC plafonnée à 1500€)</small>
Redevance publicitaire	0, 65% du CA HT	0, 65% du CA HT
Chiffre d'affaire réalisable après 2 ans	900 000 €	600 000 €
Superficie	De 250 m ² à 400 m ²	De 50 à 150 m ²
Zone de chalandise minimum	Plus de 50 000 habitants	Moins de 50 000 habitants ou au cœur des grandes villes
Durée de la formation initiale	350 à 400 heures	

Les implantations

Si le développement français continue d'être assuré par des magasins de taille standard dans les grandes villes et les villes de taille moyenne, une pondération de plus en plus importante de magasins compacts ou dits « de proximité » vient doper le maillage de Cash Express. Le potentiel de développement sur le territoire offre encore de belles perspectives !

Au niveau européen, Cash Express est présent en Belgique et au Portugal.

