

Le Monde

Jeudi 11 décembre 2008

L'occasion, un produit qui se vend bien

Les magasins spécialisés dans le dépôt-vente se multiplient parallèlement aux échanges sur Internet

Des jeux vidéo, des téléphones portables, des ordinateurs, des rangées de téléviseurs, des bibelots, des masques africains, un rayon bijouterie avec une montre. Boucheron à 3 650 euros... On trouve de tout dans le magasin Cash Express de la rue de la Roquette à Paris (11^e), l'un des 50 magasins de cette enseigne spécialisée dans l'achat et la vente de produits d'occasion aux particuliers. Une nouvelle boutique doit ouvrir ses portes vendredi 12 décembre rue Lecourbe à Paris (15^e).

Les produits les plus demandés ou proposés sont la hi-fi, l'informatique, les jeux vidéo et la téléphonie. Rue de la Roquette, « quelque 500 personnes viennent chaque semaine vendre des produits et quelque 2 500 viennent en acheter », explique Pierre Alaniesse, un des franchisés de Cash Express. Environ 20 % du chiffre d'affaires est réalisé sur la vente de produits neufs (accessoires, électroménager, etc.). Des objets insolites peuvent faire le bonheur de collectionneurs – un blaireau empaillé à 129 euros – ou de chineurs – un squelette en plastique emporté par un metteur en scène de théâtre.

Les personnes qui viennent vendre leurs objets sont dirigées vers des espaces séparés du magasin. Afin de se prémunir contre d'éventuels objets volés, tout est filmé. « Nous demandons une pièce d'identité et une signature », précise Roger Beille, président de Cash Associés. Le prix varie selon l'état de l'article. Il est acheté plus cher si le client présente la facture – ce qui n'est pas obligatoire – ou le bon de garantie. En échange, le vendeur reçoit une somme d'argent ou un bon d'achat chez Cash Express.

La baisse du pouvoir d'achat explique-t-elle le succès de ces boutiques ? Pas si sûr. « En octobre, il y a eu un afflux de vendeurs et les salles d'achat étaient comblées,

Quatre grandes enseignes

L'achat-vente représente 6 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France. Avec 1 500 points de vente en France (dépôts-vente, brocantes, cash, solderies, etc.), les dépôts-vente occupent la deuxième place, derrière Internet (eBay.fr, PriceMinister.com, etc.), avec environ un quart des transactions. Cash Express (Cashex-

press.fr) : une cinquantaine de magasins, 40 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2008. Cash Converters (Toutcash.com) : une quarantaine de magasins. Troc de l'île, devenu Troc.com : 180 points de vente et un chiffre d'affaires de 148 millions d'euros. La Trocante (Trocante.fr) : une soixantaine de magasins.

mais cela n'a pas duré », explique Pierre Alaniesse. Ce que confirme M. Beille : « La crise a peu d'effet sur notre activité, car les gens qui viennent chez nous consomment, voire surconsomment. »

« Aujourd'hui, les gens ne culpabilisent plus à acheter de l'occasion », affirme-t-il. Ce phénomène devrait s'accroître avec les achats de Noël si l'on en croit un sondage réalisé par PriceMinister, spécialiste de l'achat-vente sur Internet en France.

80 % des Français acceptent « volontiers un cadeau qui soit un produit d'occasion », à condition (pour 73 %) qu'il soit « comme neuf ». « La recherche du prix le moins cher est un élément essentiel dans les pratiques de consommation », montre une enquête publiée par Ipsos début décembre.

De plus, en vendant ou achetant d'occasion, le consommateur donne une seconde vie au produit. « Pour protéger l'environnement, il existe une solution au moins aussi efficace que le tri sélectif : le recyclage des objets, qui permet de réduire le gaspillage », souligne PriceMinister.

La baisse du pouvoir d'achat incite toutefois les consommateurs à se tourner plus fréquemment vers le marché de vente et d'achat d'occasion. Ceux-ci semblent plus prompts à se débarrasser d'objets dont ils n'ont plus l'utilité. Pour preuve, le succès croissant ces dernières années des vide-greniers qui séduisent désormais une large partie de la population. On compte plus de 50 000 brocantes et vide-greniers chaque année entre avril et octobre, qui mélangent professionnels patentés et brocanteurs improvisés.

Parallèlement, influencés par les dernières nouveautés technologiques, les consommateurs changent aussi plus souvent de téléphone portable, d'ordinateur ou de télévision.

Même si beaucoup de Français donnent souvent les objets dont ils ne se servent plus à des associations caritatives, le marché de l'occasion attire un public de plus en plus nombreux, notamment parmi les catégories socioprofessionnelles supérieures.

Enfin, eBay ou PriceMinister, qui au début avaient inquiété les magasins d'occasion, « ont eu un effet bénéfique sur notre enseigne », explique Roger Beille.

D'ailleurs Cash Express teste depuis deux ans le « drop-off stores » (magasins de dépôts sur eBay). Un client vend son produit à Cash Express. Ce dernier s'occupe de le revendre sur eBay pour le compte du particulier, en échange d'une commission. Il rédige l'annonce, prend les photos, répond aux questions. Grâce à Cash Express, un passionné est ainsi arrivé à vendre 500 euros des originaux de Tintin de 1945. ■

PASCAL SANTI

La baisse du pouvoir d'achat explique-t-elle le succès de ces boutiques ?