

Le Journal du Dimanche

23 novembre 2008



Ces entreprises qui résistent à la crise Cash Express profite des occasions

Marie Nicot

RENCONTRE insolite entre un blaireau empaillé, une bague Cartier et un duo de coquetiers. Le magasin Cash Express de la rue de la Roquette à Paris (12^e arrondissement) tient à la fois de la caverne d'Ali Baba et du bazar à l'ancienne. Ici, presque tout s'achète et se vend en seconde main : matériel informatique et de téléphonie, instruments de musique, électroménager, bijoux...

Les affaires tournent au royaume de l'occasion. « En octobre, lorsque les médias ont évoqué la crise sans interruption, nous avons enregistré un pic de vendeurs », raconte Pierre Alaniessse, directeur du magasin. « Nous sommes passés de 100 personnes par jour à 150. Nous manquions même de liquidité pour payer leurs objets ! »

Jeudi, l'enseigne inaugurerait le 50^e Cash Express, à Guichainville près d'Evreux (Eure). L'occasion pour Roger Beille, président fondateur du réseau, de vanter la pérennité d'un concept né en 1990



Le magasin Cash Express de la rue de la Roquette.

après la déconfiture des Cash Converters : « Pour 2008, nous anticipons une croissance de 6 % du chiffre d'affaires grâce à de nouveaux clients. Vendre des objets de seconde main n'est plus honteux. » Les Cash Express accueillent aussi bien des adolescents lassés de leurs jeux vidéo ou leur mobile que des seniors qui veulent changer la décoration de leur intérieur. Le montant moyen des ventes est de 50 € et celui des

achats de 35 €. « Nous sommes positionnés sur le développement durable, en redonnant une nouvelle vie aux objets », s'enthousiasme Roger Beille.

Fort de son succès, le réseau installe actuellement Drop Express, un nouveau service en partenariat avec le site Internet eBay. Les magasins photographient les produits, les mettent en ligne et gèrent les enchères pour le compte du vendeur. Ce service,

En chiffres

- 50. Le nombre de magasins répartis dans toute la France.
- 37 millions d'euros. Le chiffre d'affaires de Cash Express en 2007.
- 350.000. Le nombre de personnes qui ont vendu un bien chez Cash Express en 2007.
- 7 %. L'augmentation prévue de la fréquentation en 2008.

qui suppose pour l'enseigne de reverser une commission à eBay, existe déjà aux Etats-Unis. Il devrait représenter, à terme, 6 % de l'activité d'un magasin.

L'enseigne reste surtout mobilisée pour éviter tout faux pas. Elle veille à décourager les recycleurs qui tenteraient d'écouler des marchandises volées. Dans la boutique du 11^e arrondissement, une équipe de quatre acheteurs exige de chaque client-vendeur une photocopie de sa carte d'identité, la facture de l'objet et si possible la garantie. Dans la pièce, deux caméras peaufinent le dispositif. Pas question de freiner la croissance à cause d'un client litigieux.