



L'OCCASION **TOUT NATURELLEMENT**



DOSSIER **DE PRESSE**



CASH EXPRESS, UN ACTEUR DE RÉFÉRENCE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, PIONNIER DE L'ACHAT-VENTE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN

1.

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

- 1.1** Un réseau pérenne : près de 25 ans d'expérience
- 1.2** Des co-dirigeants engagés
- 1.3** Une enseigne écoresponsable

2.

L'OCCASION PROFESSIONNELLE POUR LES PARTICULIERS

- 2.1** Pour une consommation durable
- 2.2** Cash Axess, une gamme d'accessoires multimedia essentiels
- 2.3** Les univers produits
- 2.4** Des garanties et assurances fiables

3.

LA FORCE D'UN RÉSEAU DE PROXIMITÉ ACCESSIBLE ET INNOVANT

- 3.1** La franchise comme modèle économique
 - Un réseau structuré
 - Deux formats de magasin
- 3.2** Une stratégie phygitale qui fait sens
- 3.3** Un accompagnement et des outils performants
- 3.4** Les chiffres clés de Cash Express et ses implantations

CONTACT PRESSE

Agence Comme ils disent
55 av. de Colmar
92500 Rueil-Malmaison

Blandine Dabrowski
06 99 27 99 80
b.dabrowski@agence-cid.fr



CASH EXPRESS

un acteur de référence de l'économie circulaire, pionnier de l'achat-vente de produits de seconde main

Cash Express, figure emblématique de l'économie circulaire, se positionne comme **un acteur clé dans la réponse aux enjeux majeurs de notre époque**, tels que la réduction de l'empreinte carbone, la préservation du pouvoir d'achat et la recherche d'authenticité. Précurseur dans l'achat et la vente de produits d'occasion, l'enseigne innove en permanence pour promouvoir une consommation responsable. **Grâce à une stratégie phytigitale**, alliant magasins physiques et solutions digitales, Cash Express optimise l'expérience client tout en intégrant respect de l'environnement, écoresponsabilité et solidarité à chaque étape de son modèle économique. L'enseigne incarne un futur durable **en valorisant la proximité sous toutes ses formes** – géographique, digitale et écologique – et en prônant une consommation engagée et accessible à tous.

2026 est l'année de l'accélération digitale et voit l'aboutissement d'un projet crucial pour l'enseigne : le lancement au printemps de son nouveau site Internet en réponse à la croissance constante de ses ventes en ligne, en augmentation de 20 % en 2025, et des attentes de ses clients : une navigation plus fluide et un meilleur référencement facilitant ainsi l'accès à ses produits en 1 clic !

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 2001 son propre réseau dans l'hexagone. Le succès est immédiat. Rapidement l'enseigne prend de l'essor et conquiert ensuite la Belgique.

.....
De 20 points de vente à sa création, elle en dénombre plus de 125 en France et en Belgique, près de 25 ans plus tard, et vise les 150 à l'horizon 2026.

1.1 UN RÉSEAU PÉRENNE

PRÈS DE 25 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 Logiaccio, 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 avec l'estimation et l'achat en ligne.

Lancement d'une gamme d'accessoires multimédia écoresponsables : Cash Axess.

2024

Ouverture de 15 nouveaux points de vente.

Extension de la garantie à 2 ans sur tous les produits de seconde main.

2025

2025 Nouvelle année record pour l'enseigne et déploiement de son omnicanalité avec une évolution du CA de ses ventes en ligne de plus de 150 %.

2026

Lancement au printemps de son nouveau site Internet, optimisation de l'expérience client et du parcours achat en ligne.

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-PRÉSIDENT ET
DIRECTEUR ADMINISTRATIF
ET FINANCIER



ARNAUD GUÉRIN
CO-PRÉSIDENT 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 deux 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 prend le parti 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 Express. Il commencera par animer le réseau avant de le diriger et d'en assurer son développement.



1.3 UNE ENSEIGNE ÉCORESPONSABLE

Acteur majeur de l'économie circulaire, Cash Express porte une attention particulière à l'environnement.

Son ADN : acheter et vendre des produits de seconde main. Une démarche à la fois économique et écologique qui permet de donner une seconde vie à des articles en parfait état de fonctionnement.

.....

Adoptant pour devise « l'occasion tout naturellement », l'enseigne souligne sa volonté de faire de la consommation d'occasion une évidence accessible à tous, encourageant ainsi un mode de consommation plus responsable et durable.

En favorisant l'économie locale et en réduisant les déchets, Cash Express participe activement à un cercle vertueux qui bénéficie à la fois aux consommateurs et à la planète. L'enseigne a lancé un programme de fidélité basé sur l'empreinte carbone évitée grâce à la consommation d'occasion, qui récompense ses clients pour leur « Éco-Réflexe ».



Chez Cash Express, nous sommes convaincus que notre mission va bien au-delà de l'achat et de la vente de produits d'occasion. 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 de Cash Express

.....

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 :

Un éclairage basse consommation en remplacement de tous les halogènes et ampoules à forte consommation pour réduire de 30% la consommation d'énergie.

Des 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.

Une suppression progressive des sacs en plastique.

Un 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.

Un nouveau programme de fidélité
En 2026 Cash Express lance son nouveau programme de fidélité avec différents avantages et services, il s'inscrit dans une démarche écologique et gagnant/gagnant. Il récompense instantanément le vendeur et l'acheteur du produit en se basant sur les achats et ventes des clients. Cash Express fait également la part belle à l'écologie en indiquant sur chaque compte client le calcul de son empreinte carbone qui s'appuie sur une étude de l'ADEME de 2018.



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



Autrefois perçue comme un phénomène de niche, la seconde main s'impose aujourd'hui comme **une nouvelle norme de consommation**. Entre recherche d'économies, prise de conscience écologique et contraction de la consommation, les consommateurs plébiscitent les produits d'occasion.

- Plus de **74 %** des Français* déclarent avoir acheté
- ou vendu un produit d'occasion au cours des 12 derniers
- mois, confirmant l'installation durable du marché
- dans les habitudes de consommation.



Sur un marché en pleine expansion, Cash Express affirme son positionnement

.....

Avec plus de 11 millions d'objets vendus en 2025, Cash Express confirme son succès sur le marché florissant de l'occasion qui atteint en France, hors automobile, 7 Mds€.

La téléphonie reste en tête des ventes et enregistre une croissance de son chiffre d'affaires de près de 4 %.

On observe la montée en puissance de deux secteurs clés : les articles de luxe (bijoux, sacs, montres...) avec une augmentation du chiffre d'affaires de plus de 58 %, ainsi que la culture autour du gaming (jeux vidéo, cartes Pokemon etc.), un intérêt significatif pour ses produits sur le marché de la seconde main.

Sur ces deux secteurs, Cash Express active des leviers de mise en scène spécifique afin d'encore plus valoriser ces produits plébiscités par les acheteurs. Une preuve supplémentaire que l'enseigne privilégie la proximité et le conseil d'experts pour ses clients.

En atteste la hausse de 12 % du ticket moyen en 2025, preuve de la confiance croissante des clients de Cash Express qui sont guidés et conseillés dans les points de vente ou dans leur expérience digitale.

** Ifop 2025*

2.1 POUR UNE CONSOMMATION DURABLE

L'évolution du marché de la seconde main témoigne d'une transformation majeure dans les habitudes de consommation et s'impose aujourd'hui comme une tendance incontournable. Elle répond à différents enjeux d'ordre environnemental et économique : réduction de l'empreinte carbone, préservation des ressources naturelles, limitation des déchets, produits de qualité à prix accessibles, inclusion économique... Tous incitent à une consommation plus responsable et solidaire.

En donnant une seconde vie aux produits, Cash Express participe concrètement à la construction d'un modèle économique plus durable et respectueux de l'environnement. Et séduit un nombre croissant de consommateurs, acheteurs ou vendeurs, engagés pour la préservation de la planète.



2.2 CASH AXESS, UNE GAMME D'ACCESSOIRES MULTIMEDIA ESSENTIELS



En 2023, Cash Express a lancé Cash Axess, une ligne d'accessoires multimédia qui mise sur la simplicité, l'accessibilité et la durabilité. Axée sur des produits de connectique tels que des câbles ou des prises, la gamme privilégie des emballages minimalistes, voire inexistant, tout en restant ultra compétitive au niveau des prix. En 2025, l'enseigne a élargi son offre en intégrant des accessoires dédiés aux univers du gaming, de l'informatique, de la musique, de la vidéo et du multimédia. Avec cette approche évolutive, Cash Express affirme sa volonté de promouvoir une consommation pragmatique et centrée sur l'essentiel, en phase avec les attentes des consommateurs d'aujourd'hui.

“

En constante évolution, l'économie circulaire nous lance un défi permanent : celui de nous réinventer chaque jour pour être alignés au plus près de nos objectifs et de nos valeurs. Nous nous devons d'être exemplaires et performants, en phase avec les tendances de fond actuelles qui portent notamment sur les questions de durabilité et de technologie avec le développement de l'IA.

Lionel Logiacco,
Co-Président de Cash Express



”

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

Le **VENDEUR** bénéficie de :

📞 L'estimation et l'achat en ligne.

📞 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 ».

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



L'**ACHETEUR** bénéficie de :

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

📞 Une garantie de 2 ans sur tous les produits.

📞 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 éprouvés !

UNE EXPÉRIENCE PHYGITALE OPTIMALE

Vente, achat, estimation, conseils, livraison en magasin ou en ligne...

Cash Express offre une expérience client d'excellence en conjuguant la force de son réseau de plus de 125 magasins en France et à l'étranger et la performance de son site e-commerce. Cette association des points de vente physiques et du commerce en ligne lui permet d'attirer un nombre croissant de clients, de les fidéliser tout en créant une relation plus forte, celle de l'appartenance à une communauté. L'expérience client est au cœur des priorités de Cash Express :

elle se doit d'être toujours plus poussée, plus fluide, simple, intuitive et sécurisante.

2. 3

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 24 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 VIDEO



SON
& IMAGE



CULTURE



BIJOUX/ARTICLES
DE LUXE

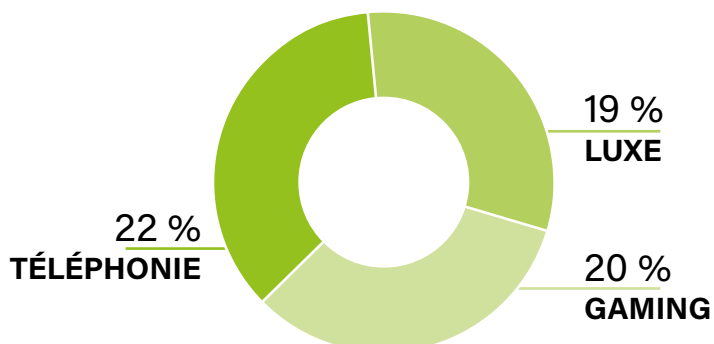


MUSIQUE



HABITAT

Les univers les plus prisés des clients sont aujourd'hui, la téléphonie, le gaming, le secteur luxe-bijoux, suivis de près par le multimédia en constante progression.



2. 4 DES GARANTIES ET ASSURANCES FIABLES



🔊 Une garantie de 2 ans sur tous les produits !

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. Depuis le 15 octobre 2024, l'enseigne propose **une garantie de 2 ans sur tous les produits**, qu'ils soient achetés en magasin ou en ligne. Une initiative qui vise à aligner la politique de garantie sur les standards du neuf tout en démontrant la fiabilité des produits de seconde main rigoureusement contrôlés avant d'être vendus par l'enseigne.

Comme sur le marché classique, Cash Express délivre aussi une assurance casse sur les produits nomades ainsi qu'une extension de garantie 3ème année pour les pannes.

.....

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 NOUVEAU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

En 2026 Cash Express lance son nouveau programme de fidélité avec différents avantages et services, il s'inscrit dans une démarche écologique et gagnant/gagnant. Il récompense instantanément le vendeur et l'acheteur du produit en se basant sur les achats et ventes des clients. Cash Express fait également la part belle à l'écologie en indiquant sur chaque compte client le calcul de son empreinte carbone qui s'appuie sur une étude de l'ADEME de 2018.



3.

LA FORCE D'UN RÉSEAU DE PROXIMITÉ ACCESSIBLE ET INNOVANT



CHIFFRES
CLÉS 2025

+102 M€ DE CA

**+125 MAGASINS EN
FRANCE ET EN BELGIQUE**

**700
COLLABORATEURS**

**+11 MILLIONS
D'OBJETS VENDUS**

**71 EUROS
DE PANIER MOYEN / CLIENT**

Créé en 2001, Cash Express s'impose comme un acteur de référence dans le secteur de l'occasion grâce à la force d'un réseau structuré et en constante évolution. Avec plus de 125 magasins franchisés en France et en Belgique, l'enseigne bénéficie d'une couverture nationale qui garantit une grande proximité avec les clients. Ce maillage territorial solide, soutenu par une logistique optimisée et une expertise reconnue dans le domaine de la revente, confère à Cash Express un potentiel de croissance important sur le marché de l'occasion à la fois physique et digital.

Le réseau offre une solution économique et écologique aux consommateurs tout en proposant aux entrepreneurs une opportunité d'investissement durable dans un marché en pleine croissance.

3.1 LA FRANCHISE COMME MODÈLE ÉCONOMIQUE

La franchise Cash Express a développé, au fil des années, un véritable savoir-faire qu'elle dispense à tous les entrepreneurs qui la rejoignent dans cette belle aventure. 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.

UN RÉSEAU AUX BASES SOLIDES

Cash Express est un réseau porté, depuis l'origine, par des valeurs fortes : transparence, humanité, expertise, fiabilité, partage, écoresponsabilité. Un état d'esprit qui reflète la forte participation des franchisés à l'évolution du réseau tout en confortant l'esprit de liberté de chacun de ces entrepreneurs indépendants.

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 UNE STRATEGIE PHYGITALE QUI FAIT SENS

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.

L'enseigne a mis en œuvre une stratégie phygitale efficiente qui en fait aujourd'hui un acteur incontournable sur le marché de l'achat-vente de produits d'occasion.

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.



2026

La refonte complète de son site Internet pour optimiser l'expérience client, fluidifier la navigation, faciliter le parcours achat pour asseoir la stratégie omnicanale de l'enseigne et développer l'e-commerce. Cash Express entend se positionner comme l'enseigne référente des produits de seconde main.



Mûrement réfléchis, ces développements ont permis à Cash Express d'imaginer une expérience client simple, intuitive, sécurisante et performante. L'accessibilité et la facilité du commerce en ligne viennent ainsi consolider la force du réseau physique de magasins.

Sur le secteur particulièrement concurrentiel du marché de la seconde main 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 désillusions 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. La nouvelle version du site entièrement revue sera dévoilée avant l'été 2026.



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 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 renouvelable	
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 (indexation de 2,5% HT du CA TTC plafonnée à 1500€)	A partir de 1 000 € HT (indexation de 2,5% HT du CA TTC plafonnée à 1500€)
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.





L'OCCASION TOUT NATURELLEMENT

DOSSIER
DE PRESSE
2026



**CONTACT
PRESSE**

Agence Comme ils disent
55 av. de Colmar
92500 Rueil-Malmaison

Blandine Dabrowski
06 99 27 99 80
b.dabrowski@agence-cid.fr