



Fashion Daily

news

L'hebdomadaire des professionnels de la mode

www.fashion-dailynews.com

DOSSIER HOMME
LE COSTUME ENVERS ET CONTRE TOUT

p. 10

Chronostock ou le pop-up store dédié au déstockage. p. 24

INTERVIEW NATHALIE & LOUIS-MARIE VAUTIER Dirigeants d'Ekyog
« Nous avons toujours voulu proposer l'éco-équitable en plus. » p. 8

Desigual a choisi l'Opéra pour son mégastore parisien. p. 4

Études : ce que veulent vraiment les consommateurs. p. 20

Toute l'actualité en temps réel sur notre site : www.fashion-dailynews.com

FASHION DAILY NEWS - N° 554 - 30.11.2009 - 5€ - PHOTO: PRÉSENTATION WINTLE HOMME ÉTÉ 2010 PAR PIXEL FORMULA

BUSINESS

Chronostock, l'art du déstockage éphémère

L'enseigne française a lancé le concept de pop-up store dédié au déstockage. Objectif : réintroduire du discount dans les centres-villes. Après Louvain-la-Neuve, une ouverture est prévue à Paris en janvier.

Is naissent depuis plusieurs saisons à l'initiative de griffes pointues qui veulent marquer le coup. Mais les pop-up stores se développent également sur le créneau du déstockage. Lancée en 2008, Chronostock étend son territoire. Elle s'offre même le luxe de se présenter avec une conférence au dernier Mapic, le salon cannois de l'immobilier commercial. Derrière ce nom, se cache un concept de magasin éphémère dédié au déstockage. « Nous avons plusieurs années d'expérience dans la grande distribution. À chaque ouverture, une boutique attire du monde. En général, le pic de fréquentation est à nouveau atteint avec la fermeture », commente Édouard de Jandin, cofondateur de Chronostock. L'idée est simple : envahir rapidement des cellules vides et/ou en cours de commercialisation. L'avantage est très important : en

signant des baux précaires, les gérants des magasins s'économisent les pas de porte. « Nous occupons des locaux vides pendant un à six mois. Nous emmenons des palettes et ensuite le buzz nous aide », commente Bruno Poncet, compère d'Édouard de Jandin. À chaque ouverture, les deux fondateurs décident d'un thème fort. Jusqu'à présent, ils ont surtout misé sur l'électroménager, la cuisine et la décoration intérieure. À terme, ils envisagent également le textile et la mode. « Nous travaillons avec 150 marques aujourd'hui. Nos prix de vente sont de 20 à 70 % inférieurs », commente Bruno Poncet. L'aménagement et la décoration sont des plus simples. Des stickers avec le nom de l'enseigne et la date de fermeture font office de vitrine. À l'intérieur, la palette règne. Les deux fondateurs gèrent leurs opérations dans le Rhône. Le septième Pop-up



Après avoir surtout misé sur l'électroménager et la décoration intérieure, l'enseigne fondée par Bruno Poncet (à gauche) et Édouard de Jandin envisage de se lancer dans le déstockage du textile et de la mode.

store de Lyon vient d'ouvrir. Pour les autres départements et l'international, c'est la formule de la franchise qui a été choisie. Chronostock a ainsi essaimé à Bordeaux, Toulouse, Valence, Gap, Nancy, Metz ou encore Montélimar. À la fin du mois, le premier magasin étranger va ouvrir à

Louvain-la-Neuve, en Belgique. Paris est attendu pour 2010. « Au lieu de laisser vides des emplacements, les agents peuvent nous les louer et bien souvent cela facilite même leurs propres négociations avec les futurs locataires », concluent-ils de concert. ■

BRUNO JOLY