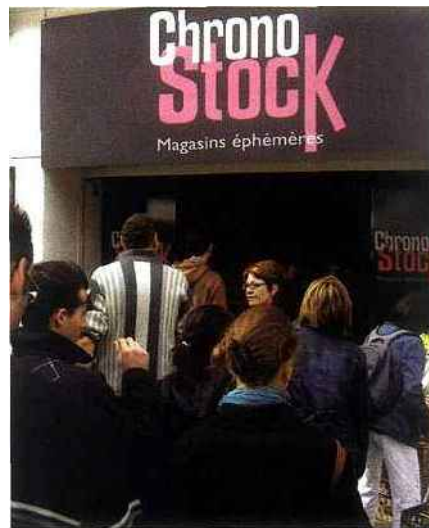


Déstockage | Chronostock suit le client

Amener du discount en centre-ville au prix du Net : telle est la mission que s'est fixée Chronostock, l'enseigne créée en 2008 par deux anciens de la grande distribution. Toutefois, au prix du mètre carré, la chose est ardue. « C'est pourquoi nous nous contentons de louer des locaux pour une durée d'un à six mois, explique Edouard de Jandin, cofondateur de Chronostock. Ensuite, nous rachetons le stock d'inventés auprès de 150 marques, qui trouvent là une alternative au e-commerce. Et nous montons des ventes flash thématiques à prix cassés (50 % en moyenne). » Le tout dans des locaux éphémères non retouchés : des stickers indiquent en vitrine la durée et le thème de la vente et les produits sont en palette. « Nous ne dépensons rien en aménagement », commente-t-il. Un concept low cost qui paie. « En moyenne, dans un magasin de 100 m² avec quatre salariés, nous réalisons 100 000 € de chiffre d'affaires mensuel, indique-t-il. Par exemple, en un mois, dans une boutique lyonnaise, nous avons vendu plus de 450 aspirateurs à 59 € pièce, alors que le prix boutique, en périphérie, était de 99 €. » Les citadins ont donc bien saisi où était leur intérêt, notamment les seniors. « Un client sur trois est une personne

âgée », souligne Edouard de Jandin. Une cible, qui plus est, fidèle. « En effet, les seniors ont du temps et reviennent souvent », confirme-t-il. Ce qui explique le déploiement de ce nouveau réseau. « Nous développons la région lyonnaise avec nos propres magasins éphémères [six à date]. Ailleurs, nous recrutons des franchisés. A charge pour eux de dénicher de nouveaux locaux », ajoute-t-il. Y compris dans d'autres pays : la Belgique est prévue pour la fin du mois et l'Espagne l'an prochain. ● **Christelle Magaud**



L'enseigne monte des ventes flash à prix cassés dans des locaux éphémères non retouchés.