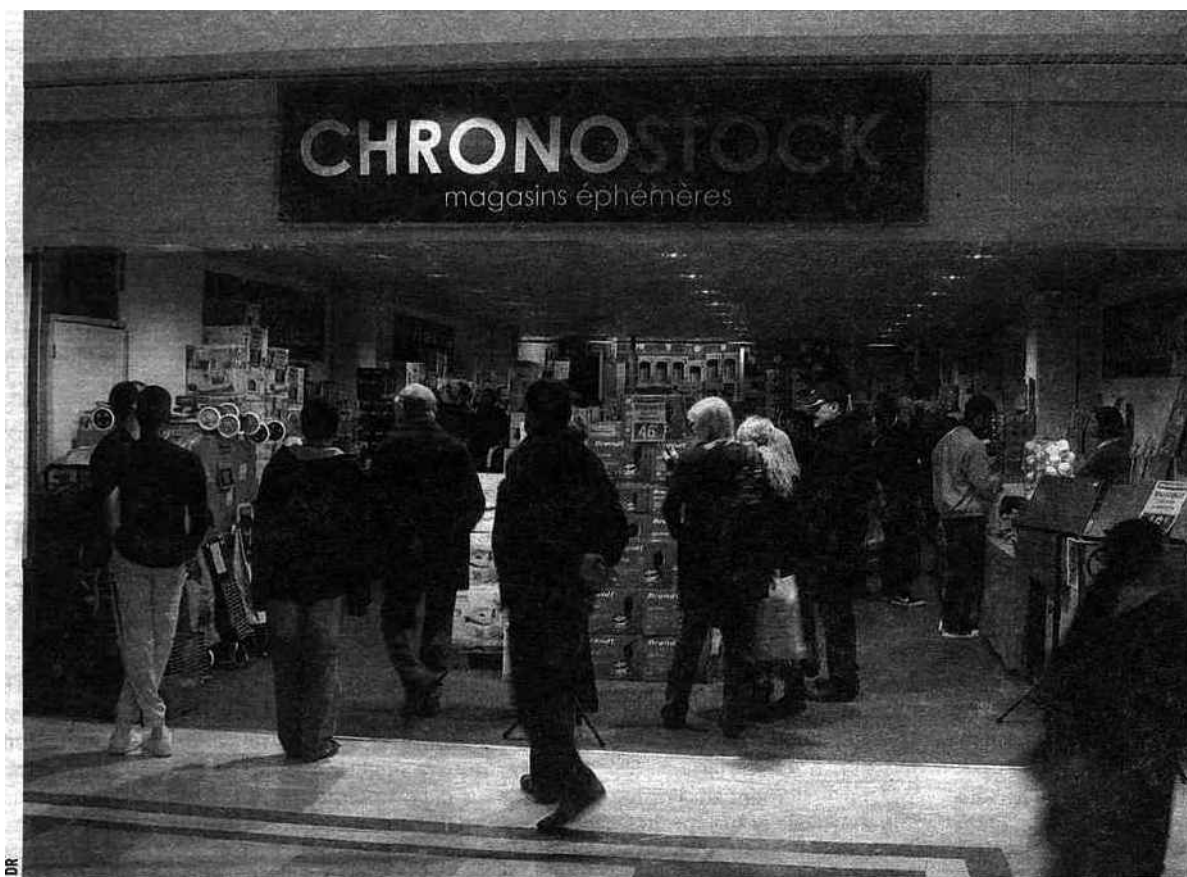


**Distribution.** Cette enseigne de magasins éphémères, actuellement à Saint-Etienne, propose des prix entre 20 à 50% en dessous de celui du marché.

# Chronostock casse les prix



Chronostock va développer un réseau de franchises.

**L**e concept est simple. Chronostock installe dans des centres villes des magasins éphémères, pour une durée moyenne de quatre mois, en proposant des produits de marques à prix cassés entre 20 et 50%. Ce qui est le cas actuellement à la Galerie Dorian de Saint-Etienne. *“Nous nous positionnons entre les ventes privées et l’achat sur Internet, souligne Bruno Poncet, l’un des fondateurs de l’entreprise, avec les avantages des deux mais sans les inconvénients. Concrètement, nous proposons des prix bas à l’image des ventes privées et nous avons plus de rapidité que l’achat web puisque le client peut repartir avec son produit sachant qu’il a pu également le toucher avant de se laisser tenter.”*

Chronostock est multiscarte. L’high-tech, l’électroménager, l’art de la table, le vin, et le textile sont les principales familles de produits distribués par l’enseigne. Pour parvenir à proposer dans tous ces domaines des remises de 20 à 50%, la recette est simple à écouter Bruno Poncet : *“Il n’y a pas de mystère. Premièrement, comme nous avons des magasins éphémères, cela nous permet de minimiser nos charges fixes à tous les niveaux (location, baux commer-*

*ciaux, pas de frais de décors, charges salariales etc) . Deuxièmement, les marques que nous distribuons nous fournissent des produits arrêtés ou en fin de vie pour des raisons marketing le plus souvent ( changement de logo par exemple).”*

Après un an d’activité, la formule semble fonctionnée. Créée en décembre 2007, à Villeurbanne (69), Chronostock a réalisé au total six opérations entre Lyon et Saint-Etienne. Chacune ayant duré entre un et six mois. Aujourd’hui, le développement de l’entreprise passe par la création de franchises sur l’ensemble du territoire. Des tentatives ont déjà eu lieu à Gap, Briançon, Nancy, Metz, Nîmes et Avignon. Trois ou quatre nouveaux contrats de ce type devraient être signés avant la fin 2009. Résultat, à la fin de l’année, le chiffre d’affaires attendu est de l’ordre du million d’euro. A moyen terme, la croissance devrait osciller entre 5 et 10% par exercice sachant que *“nous nous ne sommes pas pressés, affirme Bruno Poncet qui ajoute : sa croissance, il faut aussi savoir la maîtriser. C’est l’une des clés de la réussite.”*

**JEAN-FRANÇOIS PIBRE**