

EQUIPE DE FRANCE

Trezeguet renonce aux Bleus

PAGE 14



www.lyonplus.com

LyonPLUS



VACANCES

DES CONSEILS POUR BULLER SANS DANGER

▶ A LIRE P. 9



NUITS DE FOURVIÈRE Damon Albarn passe les relais

▶ A LIRE P. 16



RÉUSSITE Les patrons retournent à l'école

▶ A LIRE P. 4



COMMERCE L'art de l'éphémère

▶ A LIRE P. 3

GRAND LYON

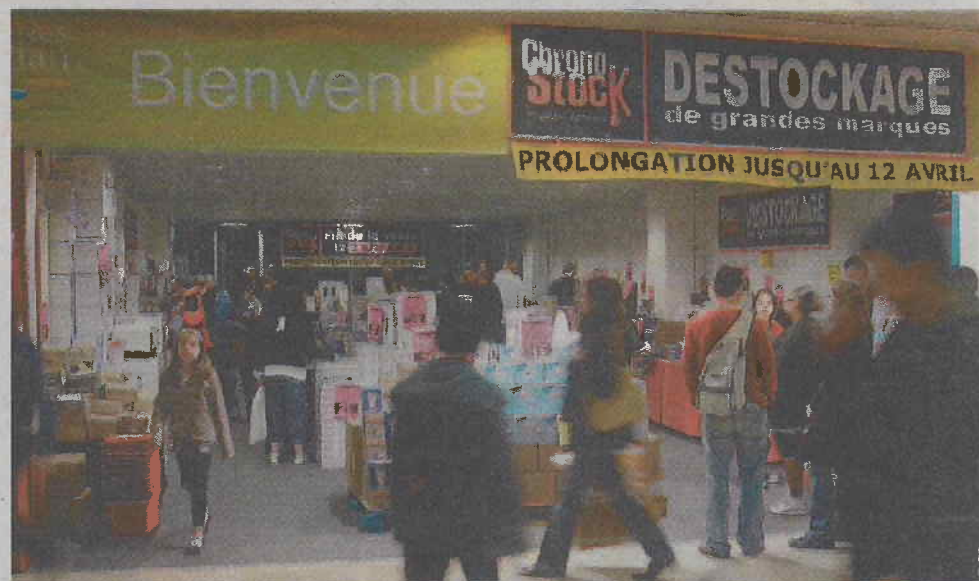
CONCEPT

La bonne affaire des magasins éphémères

Un magasin qui s'installe à Lyon avec dans ses cartons des produits de marque à prix discount, de 30 à 40 % moins chers, le concept de Chronostock innove

Après les États-Unis, l'idée anglo-saxonne des boutiques temporaires arrive en France. Et particulièrement à Lyon sous l'impulsion de deux entrepreneurs lyonnais, Édouard de Jandin et Bruno Poncet, qui après des années d'expérience dans le secteur du déstockage de produits de grandes marques, peuvent obtenir des prix bas auprès des fabricants et des grossistes. Pour vendre ces objets, ils ouvrent ensuite des magasins éphémères sous l'enseigne Chronostock. Ainsi, le premier magasin lyonnais ouvert le 31 mai dernier dans les murs d'une ancienne petite surface alimentaire du quartier Saint-Nizier fermera-t-il définitivement ses portes le 26 juillet. Ce nouveau mode de distribution emprunte à différentes formes de commerce : d'Internet, il reprend le

concept vente flash, avec un début et une fin affichée, afin de solliciter le client désireux de profiter de la bonne affaire avant qu'elle ne disparaisse ; comme dans les magasins d'usines, on trouve des articles de marque de petit électroménager, déco et équipement de la maison à prix discount, de l'ordre de 30 à 40 % moins chers que dans la vente traditionnelle ; à l'instar du commerce de proximité, l'enseigne est en centre-ville et les clients du quartier qui ont souvent perdu l'habitude d'une telle offre en bas de chez eux peuvent repartir avec leurs achats. Et visiblement le concept fonctionne bien : « À Saint-Étienne, le chiffre d'affaires fut de 170000 euros pour un mois et demi de vente au sein d'un local de 130 mètres carrés », explique Édouard de



Deux Lyonnais se sont lancés dans les magasins éphémères de centre-ville : la clientèle n'a que quelques semaines pour faire de bonnes affaires.

Jandin, confiant quant à la « première » lyonnaise. Une « première » qui en appelle d'autres : après la fermeture du magasin, les deux asso-

ciés plancheront sur une nouvelle ouverture dans le 6^e arrondissement à la rentrée et une autre à Saint-Étienne. Ils réfléchissent également à

la mise en place d'un contrat de concession de marque et de savoir-faire, pour développer leur concept de distribution.