



**Communiqué de presse
Lyon, le 14 septembre 2010**

Chronostock lève 2,5 millions d'euros et affiche ses ambitions

Désormais accompagné par Oddo Asset Management, qui vient de prendre place dans son capital, l'opérateur de magasins éphémères né à Lyon envisage une croissance exponentielle au cours des deux prochaines années.

Un peu moins de trois ans après l'ouverture du premier magasin éphémère Chronostock, à Lyon, Edouard de Jandin et Bruno Poncet, les créateurs de l'enseigne, viennent de finaliser un tour de table de 2,5 millions d'euros auprès de Oddo Asset Management. Avec l'arrivée de ce partenaire solide à leurs côtés, les deux Lyonnais entendent donner une nouvelle impulsion à leur activité. D'ores et déjà implantés sur une majeure partie de l'Hexagone et en Belgique, ils souhaitent maintenant conforter leurs positions, notamment en prenant pied à Paris. *« Nous sommes actuellement en phase de recrutement, explique **Bruno Poncet, Président Directeur Général**. Nous avons besoin d'un superviseur pour gérer ce secteur, car le réservoir de locaux commerciaux que nous sommes susceptibles d'investir est énorme. Le développement sur Paris sera vraiment le grand chantier de notre exercice 2011 ».*

120 MAGASINS EPHEMERES EN 2012

Les ambitions des deux associés fondateurs ne se limitent cependant pas à Paris. Fort des nouveaux moyens financiers mis au service de leurs futurs projets, ils programment en effet une croissance rapide pour 2011 et 2012. *« Nous prévoyons l'ouverture de 63 magasins éphémères en 2011 et de 120 en 2012 précise **Edouard de Jandin, Directeur Général**, qui vise prioritairement les agglomérations de plus de 150 000 habitants, sans négliger pour autant celles qui abritent plus de 50 000 habitants. Nous devons notamment nous implanter dans l'ouest et dans le nord de la France, où nous ne sommes pas encore présent ».*

Ces perspectives coïncident parfaitement avec l'analyse que fait **Maria Chatti-Gautier, Directeur Associé Private Equity de Oddo Asset Management** : *« Nous avons été particulièrement séduits par le modèle Chronostock, car il colle à l'air du temps en matière d'habitudes de consommation et parce qu'il est duplicable à grande échelle, tout en bénéficiant d'une très grande flexibilité et d'une structure de coûts particulièrement légère ».*

Par ailleurs, la mise en œuvre de ce programme de développement s'accompagnera d'une restructuration complète du système de gestion des stocks et de la réorganisation des approvisionnements. Chronostock, qui s'installera le 1^{er} octobre 2010 dans un bâtiment de 1 300 m,2 à Décines, disposera alors d'un service logistique entièrement informatisé. *« Nous aurons à notre disposition un très grand entrepôt, dans lequel nous pourrions préparer les commandes de nos différents magasins, explique **Edouard de Jandin**. Le site fera office de centrale d'achat et hébergera également un show room. Nos franchisés pourront ainsi voir tous les produits que nous recevons et qu'ils sont susceptibles de commercialiser ».*

Cette embellie amènera Chronostock à renforcer considérablement ses effectifs. Aux quatre personnes qui travaillent actuellement à temps plein sur la structure, devrait donc s'en ajouter une trentaine : responsables de secteurs, préparateurs de commandes, acheteurs, comptable, logisticiens...

DES ACQUIS CONSOLIDES EN 2010

Avant d'engager cette nouvelle phase de croissance, les créateurs de l'enseigne se sont attachés, cette année, à consolider les premiers acquis. En Rhône-Alpes, tout d'abord. « *Nous venons d'ouvrir un premier magasin à Chambéry et nous allons faire de même à Annecy* », confirme Edouard de Jandin. Mais également plus loin de leurs bases historiques, puisque Chronostock rayonne désormais dans une vingtaine de villes de l'Hexagone, ainsi qu'en Belgique.

« *En 2010, nous aurons ouvert 21 magasins éphémères en propre, contre seulement 7 en 2009, poursuit-il. Dans le même temps, les six franchisés qui nous ont déjà rejoints pour compléter notre offre en France ont également développé leurs activités. Enfin, nous disposons de deux Master Franchises en Belgique, une en Wallonie et une en Flandre, qui ont aussi conforté l'implantation de l'enseigne* ». Une dynamique qui portera cette année le chiffre d'affaires à 4 millions d'euros, contre seulement 1,7 millions d'euros en 2009. À l'horizon 2012, nous visons 20 millions d'euros de chiffre d'affaires », ajoute **Edouard de Jandin**.

UN CONCEPT NOVATEUR

Avec le concept des magasins éphémères, Chronostock redonne vie, pendant 1 à 6 mois selon les cas, à des sites commerciaux urbains en quête d'un nouvel élan. Dans ces magasins, dont la surface commerciale moyenne est de l'ordre de 100 m² Chronostock propose en « vente flash » des articles vendus entre 20 et 50 % moins chers que dans le commerce traditionnel. Les ventes sont thématiques par grandes familles : petit électroménager, arts de la table, bagagerie, vin... L'offre commerciale de Chronostock se caractérise donc non seulement par son incomparable positionnement en terme de prix, mais aussi par sa formidable diversité.

Car au cœur du succès de l'enseigne, se trouve un concept savamment étudié basé sur la réactivité et sur la chasse aux surcoûts inutiles. Ainsi, aucun investissement n'est engagé pour aménager les locaux commerciaux dans lesquels les ventes sont organisées. Il faut seulement 5 jours, à une équipe de trois personnes, pour installer le magasin et présenter le stock et à peine 2 autres jours pour vider les lieux, une fois la vente achevée. Les produits sont présentés sur des tables ou sur des palettes et le client ne paie donc rien d'autre que son produit. Enfin, la communication est organisée autour d'une newsletter sur internet, faisant le point régulièrement sur les ventes en cours et sur celles à venir sur l'ensemble des territoires où Chronostock est implanté, et autour de la visibilité naturelle liée à la qualité des emplacements retenus.

UN MODELE ECONOMIQUE EFFICACE

Pour alimenter leur commerce, Edouard de Jandin et Bruno Poncet ont négocié des contrats avec de grands fabricants, des grossistes et des distributeurs, qui cherchent à écouler leurs invendus ou les produits dont le packaging est amené à changer. « *Les franchisés ont la possibilité de négocier en direct des lots moins conséquents sur lesquels nous ne nous sommes pas positionnés* », explique Edouard de Jandin. Ils ont également la possibilité de s'approvisionner sur « l'espace partenaires », qui est réservé à cet effet sur le site www.chronostock.fr.

UNE AVENTURE HUMAINE

Lyonnais de naissance, Edouard de Jandin et Bruno Poncet ont fait le pari de mener à bien cette aventure commerciale en la fondant sur des valeurs d'amitié et de complémentarité. Respectivement âgés de 36 et 35 ans, ils ont tous deux évolué dans le milieu du discount pendant quelques années, développant chacun un savoir-faire précis en matière d'achat et d'immobilier commercial.

Service presse Chronostock
Agence EMC
Christelle Cimetière / Laurence Grolet
Tel : 04 72 19 69 36
ccimetiere@agence-emc.com