

CHRONOSTOCK ARRIVE A ORANGE

La première enseigne de magasins éphémères poursuit son développement et débarque à Orange. Désormais, Chronostock est présent dans 74 villes de France et de Belgique.

Prolongeant une histoire lancée en mars 2008 à Saint-Etienne, Chronostock, la première enseigne hexagonale de magasins éphémères, ouvrira le samedi 30 juillet 2011, son premier point de vente à Orange. Fidèles à la stratégie qu'ils ont mise en place depuis trois ans, Edouard de Jandin et Bruno Poncet, les créateurs de l'enseigne, ont choisi d'implanter le concept au cœur de la ville en proposant sur 70 m² des produits de grandes marques à petits prix.

CHRONOSTOCK A ORANGE

La vente débutera le samedi 30 juillet 2011 et s'achèvera le mardi 27 décembre 2011, autour du thème du petit électroménager et des accessoires de cuisine. Le point de vente de 70 m² est situé au cœur de la Zone Commerciale "LES VIGNES". Il sera ouvert en non-stop du lundi au samedi de 9h30 à 19h30.

Comme l'explique Bruno Poncet : « Chaque semaine, nous recevons un nouvel arrivage et comme le veut le concept Chronostock, il s'agira uniquement de produits de marques, liés à différents univers autour de la cuisine et de la décoration : arts de la table, cuisson, petit électroménager, décoration... vendus à prix cassés de 20 à 50 % moins chers que dans le commerce traditionnel. »

Bruno Poncet et Edouard de Jandin surfent sur le succès à Orange, et développent leur concept : « Pour nous accompagner dans cette aventure, nous avons créé 3 emplois afin d'animer le magasin pendant toute la durée de la vente. » Cette nouvelle implantation porte ainsi à 140 le nombre de magasins déjà ouverts et l'on compte désormais 74 villes, en France et en Belgique, touchées par le phénomène. Car c'est bien d'un véritable phénomène de société qu'il s'agit. Avec le développement du e-commerce et des sites de ventes privées, les consommateurs ont pris l'habitude de dénicher des produits de marque à prix sacrifié, quelle que soit la période de l'année. Une concurrence à laquelle le commerce traditionnel de centre-ville n'était pas préparée, puisqu'il doit se contenter de périodes de soldes, très précisément encadrées dans le temps.

UN CONCEPT NOVATEUR

Avec le concept des magasins éphémères, Chronostock a trouvé la parade et 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 20 à 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.

Chrono Stock®

Magasins éphémères



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 et les magasins éphémères de leurs franchisés, 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. « *Toutefois, les franchisés ont également la possibilité de négocier en direct des lots moins conséquents sur lesquels nous ne nous sommes pas positionnés* », ajoute Edouard de Jandin.

Forts de la réussite obtenue en France, où désormais 52 villes ont été conquises, les créateurs de Chronostock ont fait leurs premiers pas à l'international, en novembre 2009, en Belgique. Après avoir signé une Master Franchise avec Jean-Luc Roisin, un professionnel local expérimenté et bien implanté sur son territoire, ils ont en effet ouvert un premier magasin éphémère à Louvain, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Bruxelles. A ce jour, 35 magasins dans 22 villes de Belgique ont été ouverts. Une nouvelle étape de cette croissance à l'internationale a été franchie en 2010 avec l'ouverture de plusieurs magasins en Flandre.

Afin de soutenir cette croissance, les deux fondateurs viennent de finaliser un tour de table de 2,5 millions d'euros auprès de Oddo Asset Management. Edouard de Jandin et Bruno Poncet entendent bien donner une nouvelle impulsion à leur activité en confortant leurs positions et notamment en s'implantant à Paris.

Les ambitions des deux associés fondateurs ne se limitent cependant pas à la capitale. Forts des nouveaux moyens financiers mis au service de leurs futurs projets, ils programment en effet une croissance rapide : « *Nous prévoyons l'ouverture de 63 magasins éphémères en 2011 et de 120 en 2012* », précise Edouard de Jandin, Directeur Général.

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 38 et 37 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.

Au terme de leur première année d'activité, les magasins éphémères, qui ont vu le jour en 2008 à Lyon et dans sa banlieue ont réalisé un chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros. Après consolidation de toutes les enseignes à fin 2010, le chiffre d'affaires de Chronostock devrait s'établir à plus de 10 millions d'euros.

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

www.chronostock.fr

Service presse :
Agence EMC - Christelle et Marion
Tel : 04 72 19 69 36
Mail : ccimetiere@agence-emc.com