

Neoshop bientôt à Paris

Un an après son installation à Laval, «l'incubateur à start-up», fort d'un bon bilan, avec notamment une personne sur cinq entrant dans le magasin qui ressort avec un achat, soit un taux particulièrement important pour un tel concept, veut se déployer dans la capitale.

En un an, 7 200 personnes ont franchi la porte du magasin Neoshop, à Laval, en Mayenne. Dans le lot, 18 %, soit 1 300, sont repartis avec un produit. Certes, on est bien loin des rotations de la grande distribution, mais ce n'est pas la vocation maison. Le but est plutôt de servir de tuteur au projet d'une start-up en devenir. Lui ouvrir les portes d'un magasin, un vrai, pour lui permettre d'expérimenter les dures lois du commerce, au contact direct des consommateurs (LSA n° 2305).

L'ambition n'est donc pas dans la petite ligne finale, tout en bas du compte d'exploitation, et cela change. On est pourtant, malgré tout, au cœur même du commerce - > *une relation moins commerciale et plus commerçante*. «Il s'agit de mieux vendre avec l'aide du client et non simplement vendre au client», pointe Marion Hurbin, la responsable du projet Neoshop. Celle-ci cherche maintenant à trouver un local parisien pour «tester les réactions d'une autre catégorie de consommateurs, dans une autre configuration de vente».

Dans l'air du temps

Si tout va bien, ce deuxième Neoshop devrait ouvrir ses portes courant 2015. Une manière de prouver que le concept est porteur, dans l'air du temps. Car on touche à cette notion de start-up qui suscite ici ou là un engouement général. Ici ou là? On pense, bien sûr, à Lick (LSA n° 2325), qui a repris une partie du réseau The Phone House pour y exposer ses objets connectés. Et qui, surtout, emboîte désormais le pas



Neoshop a mis en vitrine en novembre les chaussures Alegory à talons amovibles directement clipsables sur des modèles «made in France».

60

Le nombre de produits passés dans les rayons de Neoshop depuis l'ouverture en septembre 2013

18%

Le taux de conversion : une personne sur cinq entrant chez Neoshop repart avec un achat
Source : Neoshop

de Neoshop, en s'installant à son tour comme un incubateur à start-up. Depuis ce mois-ci, tous les jeudis, le magasin Lick de la Défense (92) accueille une start-up, pour qu'elle se frotte à la «vraie vie» du commerce, au contact des consommateurs.

On pense aussi, dans un projet plus en amont, à la Fnac qui, en octobre, a lancé son concours à destination de ces entreprises innovantes, dans l'espoir de capter leur production : les repérer et les associer, le cas échéant, à son réseau de magasins.

La philosophie portant Neoshop est bien différente. «Nous sommes en veille permanente sur toutes les créations des start-up françaises», précise Marion Hurbin. *Donc pas seulement concentrés sur les objets connectés.* Illustration, ce mois-ci, l'enseigne vient de faire entrer en rayons les chaussures Alegory, par exemple. Une idée toute bête et géniale : des talons de plusieurs hauteurs, clipsables sur la chaussure. Derrière cette invention se cache un ingénieur des arts et métiers qui,

il y a trois ans, lors d'une soirée, en observant une amie enlever ses chaussures à talons hauts pour mieux marcher, décide de se pencher sur le problème.

Futurs best-sellers

Sauf que si ce dernier, de par sa formation, peut résoudre les questions techniques, l'aspect commercial des choses lui échappe grandement. C'est là que Neoshop intervient. «Nous permettons à ces inventions issues de start-up de trouver chez nous un espace de vente pour se tester de manière concrète», explique la responsable.

Service d'incubation aux futurs best-sellers de demain, Neoshop, en une année, a donné sa chance à 60 produits, pour une durée minimale de six mois à chaque fois. Parmi eux, quelques-uns ont franchi les portes de la grande distribution, comme ces lunettes de toilettes clipsables, qu'on retrouve dans quelques magasins Leroy Merlin. Le début d'une belle aventure, en somme. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL