

Les magasins



1

1 ESPACE DE TRAVAIL

La façade de Neoshop n'abrite pas qu'une simple boutique, puisque le site dispose d'espaces destinés au travail et à l'échange pour les PME innovantes.



3

RETOUR CLIENT

Christian Travier, directeur de Laval Mayenne Technopole, souhaite inclure le retour des clients dans le processus d'innovation.

2 GRANDEUR NATURE

La présence des produits en magasin est un test grandeur nature, qui permet de confirmer ou recalibrer l'offre de produits innovants proposée par les entrepreneurs collaborant avec Neoshop.



2

PHOTOS : DR

Neoshop, le magasin vitrine de l'innovation

À la fois point de vente dédié à la création, incubateur de PME et lieu de rencontres entre créateurs, Neoshop permet de lancer et d'affiner les produits innovants.

Laval, préfecture de la Mayenne, est-elle une capitale de l'innovation? La question reste ouverte, mais la ville est l'une des seules à permettre aux PME innovantes de présenter et de vendre leurs productions directement au grand public.

«L'idée, c'est de créer un concept de boutique, mais aussi d'accompagner les créateurs d'entreprise pour mieux comprendre les attentes du client, et les intégrer avant et après le processus de vente. C'est un marchepied de test du marché», explique Christian Travier, directeur de Laval Mayenne Technopole. L'association, qui pilote le dossier Neoshop, aide les entrepreneurs à

voler de leurs propres ailes en mettant à disposition l'espace de vente (il compte actuellement une trentaine de références, dont le prix de vente s'étend de 5 € à 2 500 €). Parmi les produits que le grand public peut toucher et acheter, citons la Shoette (prononcer « chouette »), une ballerine pliable et enroulable facile à transporter, ou une lunette de WC en matière plastique, clipsable sur les toilettes, sans charnière et donc plus hygiénique.

Un véritable incubateur

Le lieu, dont les concepteurs refusent l'étiquette de showroom, sert aussi de véritable incubateur avec un espace de coworking,

une salle de réunion ainsi qu'un «Livinglab», laboratoire qui «associe les utilisateurs à l'élaboration des innovations». Tous les ingrédients pour mettre les pieds à l'étrier du commerce, et affiner son business plan.

Financé en partie par des fonds européens, Neoshop a été déployé de manière ponctuelle sur le continent à Londres (Angleterre), Édimbourg (Écosse), Gent (Belgique) et Rouen. Et si le modèle fonctionne, un réseau pérenne est à l'étude pour donner un coup de pouce aux créateurs de produits innovants ou technologiques désireux de les commercialiser. Cette véritable rampe de lancement, qui n'a pas les mêmes impératifs financiers qu'une boutique traditionnelle, a d'ailleurs inspiré une grande surface voisine. Le Leroy Merlin de Laval soutient la démarche et vient de mettre en place un corner de produits déco et maison exposés chez Neoshop. ■

MORGAN LECLERC

Septembre 2013

Ouverture de Neoshop
200 m² La surface totale, sur quatre niveaux
De 30 à 50 € Le prix moyen des produits vendus
6 mois La durée maximale d'exposition