

Success Story

Sylvain Boucherat

General manager,
Party Shop



Que la fête commence !

TEXTE Catherine Moisy
 PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Quand on aime faire la fête ou que l'on doit organiser un événement pour une occasion spéciale, il est une adresse incontournable au Luxembourg : Party Shop et ses 10.000 articles, du plus petit sticker au plus grand château gonflable, en passant par un étage entier de déguisements et costumes, des articles de décoration, des petits cadeaux d'invités... Le tout avec des conseils et de la bonne humeur ! Nul doute, c'est là que la fête commence ! Sylvain Boucherat a créé ce paradis des accessoires de fête en 2011, après avoir déjà lancé plusieurs autres activités novatrices au Luxembourg, dans le même domaine, attestant d'un vrai penchant pour les moments festifs en tous genres : soirées, kermesses, anniversaires, crémaillères, enterrements de vie de célibataires, galas, inaugurations...

————— Quelle est l'histoire de la création de Party Shop ?

Avant de venir m'installer au Luxembourg, j'avais fait une première carrière de cinq ans au Club Méditerranée, enseignement de tourisme bien connue pour ses animations. À mon arrivée au Luxembourg, j'ai d'abord géré un bar à vin pendant quelque temps, puis j'ai souhaité créer une agence d'événementiel mais je me suis vite rendu compte que, quand vous êtes nouveau dans le pays et que les clients potentiels ont déjà leurs fournisseurs, c'est très difficile de percer. J'ai donc décidé de proposer quelque chose qui n'existait pas : une agence d'événement pour enfants. Ce fut la création d'Animakids, en 2005. Par la suite, après avoir effectué plusieurs voyages aux États-Unis, j'ai ramené un autre concept qui n'existait pas encore au Luxembourg, la livraison de ballons et de bouquets de ballons. Les ballons sont une vraie alternative aux fleurs. Ils sont autorisés à l'hôpital, par exemple, alors que les fleurs y sont bien souvent proscrites. Ils peuvent faire des décors de fêtes spectaculaires à peu de frais. L'activité Luxballoon a donc bien démarré. C'était en 2007. Avec ce concept, j'ai été finaliste du concours CYEL (*Creative Young Entrepreneurs Luxembourg, ndr*) où j'ai remporté un coup de cœur du jury. Quelques années plus tard, en 2011, j'ai fait le constat qu'il n'existait pas de magasins spécialisés en accessoires de fête et déguisements. Il y avait bien quelques rayons de grandes surfaces à l'assortiment limité et quelques loueurs de costumes mais pas de spécialistes. J'ai donc créé le magasin Party Shop où l'on trouve tout ce dont on peut rêver

**« J'aime créer des choses.
 J'avais prévu d'ouvrir
 sept magasins. »**





« Il faut réussir son lancement. Après, les clients savent où vous trouver. »

01. Le magasin Party Shop du quartier gare à Luxembourgville propose quelque 10.000 références de produits de fête, pour tous les besoins festifs et à tous les prix.

pour agrémenter une fête, quelle que soit sa thématique. Nous proposons même de nous occuper des animations et de trouver des artistes.

Quand et comment la décision d'ouvrir un deuxième magasin a-t-elle été prise ?

En 2013, j'ai rencontré le directeur du centre commercial de Junglinster, Pierre Friob, qui n'était autre que le fils de Norbert Friob qui m'avait mentoré quelques années plus tôt. Je cherchais un endroit pour développer un concept *do it yourself* de doudous et peluches pour les enfants. Pierre a été séduit par l'idée et m'a proposé un local où j'ai finalement proposé mon assortiment de fête et installé ma fabrique de doudous dans un *corner*. Junglinster était une ville intéressante car elle avait beaucoup de potentiel. Elle possédait de nombreux terrains où allaient se construire des logements et elle a accueilli le premier lycée international

public du pays, de quoi attirer des familles, notamment d'expatriés, une bonne clientèle cible pour nous. De plus, un emplacement dans un centre commercial est toujours bon car il y a un trafic naturel et les clients bénéficient d'un parking. Mes intuitions se sont avérées bonnes. Nous avons à Junglinster une clientèle fidèle, et internationale.

Vous avez aussi un eShop. Apporte-t-il des ventes complémentaires ?

Nous avons ce eShop quasiment depuis le début. Mais il faut savoir qu'un site de vente en ligne nécessite énormément de temps, donc des ressources en personnel. Par exemple, pour bien mettre en ligne un produit, entre les photos et l'ensemble des informations à indiquer, il faut environ 40 minutes. De plus, un site web doit évoluer en permanence, au gré des nouvelles technologies et de l'évolution des habitudes des internautes pour rester attractif. Cela devient vite un poste de coûts important.



01



02



03



04



05

02. 03. 04. 05 Une large sélection de décorations et d'accessoires permet de thématiser tout type d'événements : anniversaires, crémaillères, baptêmes, soirées entre amis, et bien d'autres...

D'autant qu'à la gestion du site, s'ajoute la gestion des livraisons. Quand on n'est pas un professionnel de la vente en ligne, avec possibilité d'automatiser certaines tâches, les emballages et l'envoi sont bien souvent manuels et cela aussi prend beaucoup de temps, difficile à trouver quand le magasin physique tourne bien. C'est assez onéreux aussi car la petite logistique de livraison est chère au Luxembourg. Le site est donc finalement un service supplémentaire pour les clients qui nous connaissent déjà, souhaitent passer une commande et se faire livrer. Nous avons cependant le projet de le faire évoluer et de concentrer son offre sur les produits de grands volumes et de valeurs que l'on peut difficilement exposer en magasin et sur les produits à petits prix que les clients commandent en grande quantité. Ainsi, son utilisation sera rentable.

Le fait que votre magasin de Luxembourg-ville ne soit pas situé dans une

rue commerçante est-il un problème ?

Pas tant que cela. Ce qu'il faut, c'est réussir son lancement. Après, les clients savent où vous trouver. Quelques mois avant l'ouverture, nous avons recouvert la vitrine de stickers géants annonçant notre arrivée. Nous avons choisi soigneusement la date de l'inauguration pour qu'elle corresponde à une période creuse en événements à Luxembourg et, pour inviter la presse, nous avons mis les invitations dans des ballons livrés par porteurs dans chaque rédaction. Cela nous a valu quelques beaux articles. Nous avons aussi parlé de l'ouverture à nos clients d'Animakids et de Luxballoon, dont beaucoup sont venus voir sur place. Nous avons aussi la chance d'être entourés d'entreprises et de lycées qui assurent un certain passage devant notre vitrine, car nous sommes sur le chemin de la gare.

Vous bénéficiez en effet d'une vitrine particulièrement large. C'est un vrai atout ?

Une grande vitrine, c'est toujours bien pour un commerce. Mais cela ne fait pas tout et dans notre cas, notre grande vitrine a souffert récemment des multiples travaux qui se sont enchaînés dans les environs immédiats et ont généré beaucoup de poussière et l'impossibilité pour les passants d'utiliser le trottoir pendant des mois. Les travaux du quartier nous ont beaucoup impactés. D'abord le tram même si nous ne sommes pas directement sur son parcours, puis les travaux de réseaux pendant lesquels le trottoir était complètement inexistant ou

«Luxembourg a encore beaucoup de potentiel pour accueillir de nouvelles idées car peu à peu, avec sa population grandissante, la ville prend vraiment sa dimension de capitale européenne.»

impraticable, puis la Cité de la Sécurité Sociale juste en face de notre magasin et maintenant le nouveau complexe immobilier voisin. À terme, nous aurons un beau quartier et de nouveaux clients mais en attendant, cela fait plusieurs années que notre commerce souffre d'un manque d'accessibilité, d'une baisse de passage dans la rue et de nuisances diverses telles que la poussière et le bruit. Nous avons même eu l'enseigne arrachée par un camion ! Les petites structures comme la nôtre n'ont pas toujours connaissance des aides auxquelles elles ont droit pour compenser des périodes difficiles comme celles-là et les démarches à faire sont souvent complexes et longues. Or, nous n'avons pas de ressources à allouer à ces démarches. En plus des travaux, il y a eu ensuite le Covid et maintenant l'inflation. Il ne faut pas être trop fragile pour arriver à traverser toutes ces difficultés.

Pouvez-vous nous parler de la clientèle des entreprises que vous servez également. Que viennent-elles chercher chez vous ?

C'est très variable en fonction de la nature de leur activité. Il y a les bars et restaurants qui ont besoin de faire de l'animation pour créer une belle ambiance et attirer les clients. Beaucoup font appel à nous pour décorer leurs lieux. Par exemple, le restaurant Um Plateau nous sollicite chaque année afin de décorer le restaurant aux couleurs noir-jaune-rouge pour la fête nationale belge... Il y a les magasins qui se lancent ou qui veulent événementialiser leur point



06



07

06. 07. On trouve également chez Party Shop un vaste choix de ballons de toutes formes, tailles et couleurs, adaptés à diverses occasions et qui font merveilles pour créer des décors.

de vente pour une occasion, un anniversaire ou un événement commercial. Pour les décors éphémères, les ballons sont très efficaces et nous avons rajouté depuis peu la vente de décors en papier. Et puis, il y a les entreprises qui organisent des événements et qui ont besoin d'agrémenter une thématique avec des accessoires pour les participants, des petits cadeaux souvenirs... Dans les fêtes professionnelles, les thématiques sont très précieuses pour briser la glace et désinhiber les participants.

L'activité est-elle saisonnière ?

Tout au long de l'année, il y a des événements privés. Les ventes de ballons ne sont pas saisonnières non plus. Par contre, les déguisements se vendent surtout pour Halloween, les carnivals et en décembre pour les fêtes d'entreprise, donc durant les mois d'hiver. D'où l'intérêt d'avoir une offre diversifiée.

Quels sont les facteurs clés de succès d'une activité comme la vôtre ?

Je dirais que la première chose est le bon endroit au bon moment. Être précurseur donne un avantage certain. Luxembourg a encore beaucoup de potentiel pour accueillir de nouvelles idées car peu à peu, avec sa population grandissante, la ville prend vraiment sa dimension de capitale européenne. Pour les commerces, le choix du lieu d'implantation est primordial et le bon endroit ne sera pas le même pour tout le monde. Cela

dépend de ce que l'on vend, des horaires d'ouverture, de la clientèle que l'on vise, etc. La présence de parking ou de transport en commun est également à étudier. Pour mes clients par exemple, venir acheter un déguisement ou des petits accessoires en transport en commun est tout à fait envisageable mais pour venir chercher des décors ou même un bouquet de ballons, mieux vaut venir en voiture. Pour les magasins physiques, la qualité de l'accueil et du service est aussi absolument incontournable car nous subissons la concurrence d'internet. Il faut donc que l'expérience d'achat soit vraiment très agréable. À ce propos, je voudrais souligner la qualité, la gentillesse et le professionnalisme de mes collaborateurs et de leur responsable Marion. Ils servent nos clients au quotidien et sont indispensables à notre réussite.

Comment découvrez-vous les nouveautés à avoir absolument dans l'assortiment ?

Depuis des années, je me rends dans plusieurs salons. Ensuite, j'entretiens de très bonnes relations avec mes fournisseurs et ils m'informent très régulièrement des nouveautés. La difficulté est de faire les bons choix car, au Luxembourg, nous sommes au milieu de trois cultures. Par exemple, les Schtroumpfs sont très en vogue en Allemagne en ce moment, mais pas ailleurs. Pour les déguisements, les personnages de série ont de plus en plus de succès, mais les séries appréciées ne sont pas les mêmes

partout. Nous devons donc nous tenir au fait des modes et des nouveautés dans ce domaine, que ce soit pour les adultes ou les enfants, car les écoles et les crèches s'inspirent également de l'univers télévisuel pour choisir les thèmes de leurs fêtes.

Vu le multiculturalisme du pays, il faut avoir de tout, dans toutes les gammes de prix mais nous ne pouvons pas tout avoir en stock. La solution est de passer des commandes sur mesure en fonction des demandes mais pour être sûrs d'avoir les bonnes quantités dans chaque taille, il faut anticiper et l'anticipation n'est plus trop dans les habitudes des clients. À l'avenir, nous allons utiliser le site internet pour proposer des articles en complément de ce que nous pouvons présenter en magasin. Cela multipliera les choix disponibles.

Quels sont vos principaux défis actuels ?

Les petites structures comme la mienne font face à beaucoup de défis en permanence. Dans la période que nous vivons, où les crises s'enchaînent, la trésorerie doit faire l'objet d'une attention constante. Nous en avons besoin pour investir dans la modernisation du magasin, pour remplacer les éclairages par des Leds par exemple, mais dès que nous sommes dans une crise, que la clientèle baisse ou que les charges augmentent, l'équilibre est fragilisé, la trésorerie également et nous sommes obligés d'avoir recours au crédit pour nos projets de développement. Mais alors, un autre



08. 09. Au sous-sol du magasin, un étage entier est consacré aux masques et costumes. Enfants et adultes peuvent y trouver une grande variété de déguisements, ainsi que des accessoires et du maquillage pour compléter les tenues.



« Vu le multiculturalisme du pays, il faut avoir de tout, dans toutes les gammes de prix mais nous ne pouvons pas tout avoir en stock. »

défi intervient, celui du financement. Nous ne pouvons pas répercuter les hausses de nos charges sur nos prix si nous voulons rester compétitifs, surtout vis-à-vis des sites de vente en ligne. Or, pour rester dans la course, on ne peut pas arrêter d'investir. Parfois, il faut pouvoir investir vite pour saisir une opportunité mais sans financement, c'est très compliqué. Pour résumer, les principaux freins au développement que nous rencontrons, sont les difficultés de trouver du personnel qualifié, les charges salariales qui ne cessent d'augmenter, le prix du foncier et donc des locaux commerciaux et enfin la difficulté à trouver du soutien auprès des banques. Nous, commerçants, avons parfois l'impression d'être un peu oubliés, que tous les égards sont plutôt dirigés vers les startups technologiques au détriment de l'économie réelle que nous représentons et qui est absolument nécessaire également dans un pays en croissance, avec une population qui grandit. Nous jouons un rôle important pour le bien vivre des habitants.

Vous êtes multi-entrepreneur. Que pensez-vous de l'écosystème entrepreneurial du pays et de la façon dont les entrepreneurs sont accompagnés ?

J'aime créer des choses. J'avais prévu d'ouvrir sept magasins. Mais à cause des difficultés que je viens de décrire, cela sera plus long que prévu. Il y a de bonnes initiatives au Luxembourg, comme la House of Entrepreneurship par exemple. Il y a aussi des aides

mais nous manquons de temps et d'informations simples et concrètes pour en tirer le plus d'avantages possible. Cette complexité est dommageable. Il ne faut pas décourager l'entrepreneuriat car, à l'horizon 2030, beaucoup d'affaires seront à reprendre. Les générations qui nous suivent nous ont vus énormément travailler sans que notre rôle dans la réussite économique du pays soit toujours reconnu à sa juste valeur. Je pense qu'il devrait y avoir plus d'entrepreneurs parmi les politiques pour avoir des idées concrètes, vraiment utiles pour nos petites entreprises. J'ai deux idées par exemple qui nous aideraient très concrètement. On pourrait imaginer un système de *cashback* fiscal. Si une entreprise paye très régulièrement ses charges, ses impôts et ses taxes sur une période donnée, contribuant ainsi aux finances publiques, une partie de ces sommes pourrait lui être redistribuée à partir d'un certain seuil pour l'aider à investir ou à passer une période difficile. L'autre idée serait de créer une sorte de *hotline* qui recueillerait nos difficultés et les remonterait directement au gouvernement pour trouver des solutions en concertation.

Quels sont vos souhaits pour l'avenir de l'entreprise ?

J'espère vraiment pouvoir ouvrir de nouveaux magasins. Je voudrais également explorer les possibilités offertes par les réseaux sociaux et les nouvelles technologies en soutien des lieux de vente physiques. Par ailleurs, je souhaiterais faire monter en gamme nos assortiments et supprimer les références qui ne sont pas assez rentables. Enfin, nous allons rénover notre magasin historique de Hollerich et y intégrer un espace où l'on pourra recevoir les clients sur rendez-vous pour conceptualiser des offres complètes autour de leur événement. Outre l'assortiment du magasin, ces offres comprendront la location de matériel et le service d'un décorateur. —



■ Plus d'informations :

🔗 <https://www.partyshop.lu/fr/>

Retrouvez l'ensemble des articles Success Story en scannant le QR Code.