

Une «gent's night» pour dynamiser les ventes

NEUCHÂTEL Le magasin PKZ s'est entouré de partenaires, jeudi, pour offrir une soirée récréative à ses clients. Une tendance de plus en plus en vogue auprès des commerçants.

PAR SANTI.TEROL@ARCINFO.CH

« La vente évolue, elle se diversifie. Aujourd'hui, les gens bougent davantage, ils peuvent acheter sur internet ou dans les centres commerciaux. Dès lors, il faut innover pour conserver sa clientèle. »

Forte de ce constat, la gérante du magasin de mode masculine PKZ, à Neuchâtel, s'est entourée, jeudi soir, d'une demi-douzaine de partenaires pour une soirée promotionnelle intitulée Gent's night. «Ça marche très bien», se réjouissait Valérie Michel, depuis douze ans à la tête de la succursale du chef-lieu, en voyant son magasin déborder de convives.

Deux Mercedes parkées à l'entrée du magasin, un tapis rouge pour accueillir les invités et autres clients, une table de black jack du casino, des dégustations de vins et d'absinthe offertes par le Domaine Bouvet-Jabloir et Larusée, le barbier Truck Barber opérant dans une des vitrines du magasin, des amuse-bouches de chez Schmidt et Sadry aux platines... toute la soirée s'articulait autour des prestations des partenaires, tandis que le chemisier de PKZ proposait des articles sur mesure avec initiales brodées.

Accords en intelligence

En termes chiffrés, le centre-ville de Neuchâtel est riche de quelque 400 surfaces commerciales avec vitrine. Selon le recensement mené en 2017 le professeur de la Haute école de gestion Arc Nicolas Babey, le commerce de détail génère plus de 1300 emplois sur l'ensemble de la Ville.

Tous ces commerçants cherchent en permanence à s'adapter aux nouveaux mo-



La Gent's Night de PKZ s'est soldée par une participation réjouissante, a apprécié la gérante du magasin.

LUCAS VUITEL

des de consommation. Parmi d'autres exemples, La Maison du Fromage Neuchâtel propose un rabais de 10% si son client achète du vin chez

French Paradoxe, et réciproquement. Top Silver et La Lunetterie Opticiens, qui se partagent les locaux, offrent, eux 10%, de rabais, mais unique-

ment les samedis. La boutique pour hommes MLB multiplie aussi les animations: «Cela fait trois ans, j'ai été le premier à Neuchâtel à ac-

cueillir un barbier dans mon magasin», indique Gianni Mellis. Le remuant commerçant a aussi réuni par le passé les amis du Club Porsche ou des amoureux de la belle mécanique. «Aujourd'hui, tout bouge. On ne peut attendre le client. Il faut aussi lui offrir un service de qualité pour faire la différence», analyse Gianni Mellis.

La force de l'union

Dans ce cadre, l'association Neuchâtel Centre se veut être un moteur du dynamisme de la zone piétonne, elle qui promeut la Quinzaine neuchâteloise. «Plusieurs commerçants se rejoignent. Car seuls, c'est difficile. Il faut s'unir pour avoir plus de force», constate Susanne Dändliker.



Aujourd'hui, tout bouge. On ne peut attendre le client. Il faut aussi lui offrir un service de qualité pour faire la différence."

GIANNI MELLIS
BOUTIQUE POUR HOMMES MLB

Aussi, la trésorière de l'association salue l'initiative de PKZ, qui n'émane pas de la direction nationale de l'entreprise, mais de la gérante neuchâteloise. «C'est très bien qu'une succursaliste réagisse», poursuit Susanne Dändliker. Pour elle, ces petits accords entre commerçants locaux pour séduire le chaland pourraient se généraliser à Neuchâtel.