



## 150<sup>ÈME</sup> CONCEPT STORE DE LA SAF

Un concept design et un merchandising efficace qui portent leurs fruits !



Depuis 2016, la SAF propose aux buralistes, via son offre *Concept Store*, un réaménagement clé en main de leur point de vente.

En ce début d'année 2021, ce sont désormais plus de 150 clients qui font confiance à la SAF pour la transformation et la diversification de leur commerce.

### ZOOM SUR LE 150<sup>ÈME</sup> CONCEPT STORE DE LA SAF – FOUGERES (35)

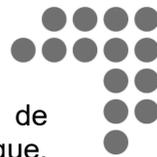
Monsieur Duclos est l'heureux propriétaire du 150<sup>ème</sup> point de vente rénové par la SAF. Ses clients ont pu découvrir un tout nouvel espace de vente, plus moderne et présentant un parcours de vente structuré. Avec la SAF, M. Duclos a fait le choix de la diversification en développant son offre de produits, permettant ainsi de répondre davantage aux besoins du marché local.

Quelques chiffres clés du magasin :

- 30 m<sup>2</sup> de surface de vente
- Neuf univers de diversification installés
- Dont trois nouveaux univers : Papeterie - High Tech – Cadeau Fumeur

« *Nous accompagnons nos clients dans le développement et la diversification de leur point de vente avec des offres qui s'adaptent à la taille de leur commerce, au trafic et à leur situation géographique.* » explique Cyril CETTOUR, Directeur Commercial de la SAF. « *Les résultats sont très encourageants avec, notamment, un développement très fort des ventes en E-Cigarette.* »

La SAF réunit, au sein de ses équipes *Concept Store*, des experts en design et en merchandising. « *Nos clients bénéficient de conseils personnalisés, le tout grâce à un interlocuteur dédié, permettant de réaliser un travail plus efficace. Nous les accompagnons ainsi de A à Z dans leur projet, de l'audit et de l'analyse du marché local, à la sélection des offres produits, de l'ameublement et des accessoires, en passant par la maquette 3D du projet.* » ajoute Cyril CETTOUR.



Le fonds de transformation des buralistes permet d'accompagner cette démarche de transformation, en les aidant financièrement à s'engager dans cette dynamique.

Par ailleurs, la SAF est partenaire de la Confédération et intègre désormais dans son offre les trois marqueurs du label « Commerçant d'Utilité Locale » : une carotte spécifique, un bandeau signature ainsi qu'une vitrophonie.

## LES ATOUTS DU CONCEPT STORE DE LA SAF

- Un point de vente moderne et organisé, ainsi qu'une large offre de diversification étudiée avec le client
- L'augmentation du panier moyen, de la rentabilité ainsi que la valorisation du fonds de commerce
- La fidélisation de la clientèle et l'attraction de nouveaux clients

*« Nous constatons une augmentation de 15% à 25% du chiffre d'affaires sur l'ensemble des univers de diversification et ce, dès les premiers mois qui suivent la transformation. Grâce à un parcours client amélioré, une offre produits optimisée, et un merchandising moderne et innovant, nos buralistes connaissent un regain d'activité » indique **Denis Kocher**, Responsable Commercial Concept Store. »*

### À propos de la SAF – [www.lasaf.fr](http://www.lasaf.fr)

Entité de Logista France, la SAF s'adresse au réseau Tabac-Presse. Elle commercialise des offres et crée des concepts qui garantissent un fort impact auprès des consommateurs finaux. La SAF propose une gamme de plus de 9.000 références qui s'étend des articles fumeurs aux produits alimentaires (confiseries, boissons...) en passant par les cadeaux, les jouets, la papeterie et la carterie.

### À propos de Logista France – [www.logistafrance.fr](http://www.logistafrance.fr)

Logista France est la filiale française du groupe Logista, le leader de la distribution de produits et services à destination des commerces de proximité en Europe du Sud. Dans l'Hexagone, Logista France commercialise et distribue quelques 28 000 références essentielles au quotidien (produits alimentaires, pipiers, dématérialisés, téléphonie...) à plus de 55 000 points de vente, commerces de proximité de grandes villes, comme de petits villages. Commercialiser les plus grandes marques, concevoir ses propres gammes et ses services, multiplier les synergies et les passerelles, s'adapter sans cesse aux tendances du marché : l'ambition de Logista France est de développer et de faire évoluer le commerce de proximité.