

30 septembre 2021

Bureaux de tabacs

Du commerce de flux au lieu de passage agréable grâce à l'olfactif

Perçu comme un commerce de flux avec un parcours client très court (moins d'une minute), les 24 000 bureaux de tabacs accueillent chaque jour 10 millions de clients. Ayant entrepris peu de changements au sein de leurs points de vente ces dernières années, de nombreux professionnels du secteur traversent depuis de plusieurs mois une période décisive et ont engagé une démarche de modernisation de leurs commerces de proximité pour proposer une expérience client agréable, accompagnée par la confédération des buralistes de France. Au-delà de la volonté de ré-inventer leur commerce, les entrepreneurs peuvent se lancer dans ce projet en bénéficiant d'une aide de l'Etat prenant en charge 30% des travaux de modernisation, plafonnée à 30 000 euros[1].

Sur les 24 000 buralistes, 5 000 sont en plein réaménagement et 2 000 ont déjà transformés leur commerce. Parmi les dispositifs éligibles au dispositif de transformation, le marketing sensoriel ; une manière de proposer une expérience client confortable. La musique est vue comme une évidence pour que les clients restent plus longtemps dans le bureau de tabac et puissent s'intéresser à toutes les offres. En revanche, l'olfactif est encore perçu comme un produit réservé aux lieux de luxe.

Pour Philippe Coy, propriétaire d'un commerce à Lescar dans les Pyrénées Atlantique et Président de la Confédération nationale des buralistes, l'ambiance olfactive fait partie de l'accueil et ce, dans n'importe quel point de vente. Il a d'ailleurs installé au siège de la confédération comme dans son commerce des diffuseurs proposant la senteur « Alchimie », composée de notes florales, de baies roses et épicées ; un parfum imaginé par Natarom, partenaire de la confédération et pionnier made in France dans la création d'ambiance olfactive.

Tabac de l'Europe / Lescar

« Un travail de pédagogie est essentiel autour de l'olfactif. Il représente un levier de vente et de fidélisation. Il s'agit d'un élément de confort certes invisible mais qui entraîne des réactions positives et régulières de la clientèle et en

particuliers des femmes, moins présentes dans ces commerces, qui y sont très sensibles » explique Philippe Coy.

Pour en savoir plus sur l'olfactif comme levier à actionner dans les bureaux de tabac, vous pourrez en discuter avec Natarom par téléphone ou sur leur stand, lors de Losange Expo les 16 et 17 octobre Porte de Versailles, **stand B34**. Philippe Coy y animera également plusieurs mini-conférences sur le sujet.

Agence Elektron

Mathilde Ozanne

mathilde@elektron-presse.com

06 09 99 13 84

A PROPOS DE NATAROM®

Le fabricant de pompes à membrane Piot & Tirouflet, fondé en 1962, développe et dépose la marque Natarom à la fin des années 80. L'entreprise lance ses premiers diffuseurs d'huiles essentielles, avant d'évoluer vers le marché du marketing olfactif. Natarom développe, fabrique et distribue ses parfums d'ambiances à travers un réseau national et international et propose à tous les lieux recevant du public (entreprises, espaces de bureaux, points de vente, espaces publics et paramédicaux, ...) une **ambiance olfactive** par la diffusion d'un **parfum d'ambiance**. En 2020, Natarom se lance dans le sanitaire avec le développement de solution hydroalcoolique parfumée et propose à ses clients l'achat en ligne de diffuseurs et parfums.