



ALAIN BERTOT UN PARFUM DE SUCCÈS

Le marketing olfactif, ça marche ! En installant un diffuseur d'odeurs voilà cinq ans, Alain Bertot a réussi à doper la fréquentation et les achats d'impulsion dans son tabac-presse de Massy.

Alors qu'il se promène avec sa femme (Sandrine) et ses deux enfants (Boris et Marie) dans la galerie marchande du centre commercial Belle Épine à Thiais (Val-de-Marne), Alain Bertot est attiré par une odeur qu'il reconnaît presque instantanément. « Quelques années auparavant, nous étions allés en famille à Euro Disney et, dans les boutiques de cadeaux, j'avais remarqué cette odeur très agréable », se souvient Alain. Tel le héros proustien dégustant un petit morceau de madeleine dans une cuillère de

« En moyenne, une recharge de 400 ml (60 euros) dure deux mois, ce qui me permet de proposer des senteurs adaptées à chaque saison »

thé, il est surpris par la supériorité de la mémoire inconsciente sur la mémoire consciente et décide d'équiper la Maison de la Presse de Massy (Essonne), qu'il a reprise en septembre 2009, d'un diffuseur de parfums.

Des fragrances délicates
« C'était il y a cinq ans ; j'ai contacté la société Natarom, basée à Bondoufle, se rappelle Alain. Ils se sont déplacés pour équiper le magasin d'un diffuseur (250 euros) et depuis il n'est jamais tombé en panne. En moyenne, une recharge de 400 ml (60 euros) ■ ■ ■



Alain Bertot a choisi la société de Bondoufle, visible sur www.natarom.com

■ ■ ■ dure deux mois, ce qui me permet de proposer des senteurs adaptées à chaque saison. » Jardin de Carthage (dominante de jasmin), cèdre du Liban, pamplemousse-orange, orange-cannelle : à chaque saison ses arômes frais et délicats. La clientèle d'habités ou de passage et les employés plébiscitent – aussi bien à l'oral que dans les avis sur Google – cette initiative qui contribue à créer une atmosphère agréable, propice à la flânerie... et donc aux achats d'impulsion.

Par la clim

« Lorsqu'on reçoit plus de 1 000 clients par jour, les odeurs ont tendance à rester, surtout en été, remarque Alain. Avant, je faisais brûler des bougies, mais j'avais la hantise d'un accident. J'ai aussi essayé les bombes aérosol, mais ça ne sentait pas très bon et cela revenait horriblement cher pour un point de vente de cette taille. » Le dispositif de Natarom est beaucoup plus efficace : l'appareil est disposé juste à côté d'un climatiseur à gaines qui aspirent le parfum avant de le diffuser harmonieusement dans tout le magasin (une diffusion de 15 secondes toutes les 30 secondes).

« Lorsqu'on reçoit plus de 1 000 clients par jour, les odeurs ont tendance à rester, surtout en été »

« L'odeur est très importante, et l'éclairage aussi ; c'est pourquoi j'ai remplacé les vieilles lampes à lumière jaune par des LED plus économiques et surtout offrant une lumière blanche », explique Alain.

Tous les sens en action

Afin de solliciter de façon positive tous les sens de la clientèle, il laisse toujours la radio allumée : les informations le matin et une musique douce (jazz, bossa nova...) l'après-midi. Et pour les linéaires presse, cadeaux, vape et articles fumeurs, le facing est toujours extrêmement travaillé. Le succès commercial qui en découle ne monte pas à la tête d'Alain, qui songe désormais à sa future retraite : « Je suis originaire de Carentan (Manche), mais j'aime la Bretagne et je voudrais m'y installer avec ma famille pour pratiquer plus souvent la pêche », affirme-t-il. À 58 ans et après avoir déjà relancé avec succès deux autres tabacs-presse à Louvres et à Fresnes, Alain ne verrait pas d'un mauvais œil une éventuelle reprise. Avis aux entrepreneurs ayant le nez creux... ■

ALEXANDRE T. ANALIS