

Séduire le consommateur avec des odeurs: tout le monde s'y met



La diffusion de parfums d'ambiance n'est plus réservée aux magasins qui veulent pousser leurs clients à l'achat. Le secteur de la santé l'utilise pour déstresser les patients lors d'examen médicaux. Le marketing olfactif séduit même les constructeurs automobiles.

Né dans les années 90, le marketing olfactif avait pour but de déclencher des émotions chez le consommateur et de favoriser l'acte d'achat grâce à la diffusion d'un parfum d'ambiance. "Au début c'était très basique: on diffusait une odeur de pain chaud dans une boulangerie industrielle ou de vanille dans un centre commercial pour pousser à la consommation. Aujourd'hui cela a complètement changé. C'est un petit marché, mais il est en plein boom, avec des croissances incroyables", explique à l'AFP Pierre Loustric, président de la société Scentys.

Née en 2004, son entreprise a développé plusieurs techniques -dont l'encapsulation du parfum dans des petites billes sèches- permettant de diffuser sans risque d'allergie, un parfum d'ambiance dans toutes sortes de lieux: des boutiques (Nespresso), des hôtels (Maison Champs-Élysées, Marignan, Fauchon), des aéroports, des centres commerciaux (Aéroville) ou encore des sièges sociaux d'entreprises.

Des parcours olfactifs

L'entreprise parfume aussi des défilés de mode comme celui de Céline, à la dernière Fashion Week, des restaurants de luxe, afin d'y "renforcer l'expérience gustative" et des musées tels que la Cité du vin de Bordeaux, qui créent des "parcours olfactifs".

Si elle réalise encore 60% de son chiffre d'affaires dans la parfumerie fine, avec des testeurs en métal qui remplacent les bâtonnets de papier, pour faire découvrir les parfums Yves-St-Laurent chez Sephora



www.bfmtv.com

Pays : France

Dynamisme : 0

[Visualiser l'article](#)

notamment, Scentys a vu ses débouchés s'élargir aux transports, (15% de son chiffre d'affaires), à l'immobilier et l'hôtellerie (20%) et à la santé (5%).

Dans l'automobile, après avoir équipé deux modèles de Peugeot, les SUV 3008 et 5008, d'un diffuseur de parfum intégré à l'habitacle, Scentys travaille sur les futurs véhicules autonomes d'un constructeur allemand. "Les passagers des véhicules autonomes ne seront plus forcément face à la route: le mal des transports va augmenter, aussi les constructeurs veulent diffuser du parfum pour combattre la nausée", explique Pierre Loustric.

Dans la santé, Scentys a pour client General Electric, dont les appareils d'imagerie médicale diffusent du parfum -accompagné de musique et d'une vidéo apaisante- afin de détendre les patientes lors d'exams stressants comme les mammographies. "Cela fait économiser de l'argent à la Sécurité sociale, car lorsque les patientes sont tendues, les fibres sont nouées et la lecture du diagnostic devient difficile, alors on multiplie les clichés", assure Pierre Loustric.

Autre demande émergente: pour optimiser les espaces, des groupes comme l'assureur Generali, transforment leur restaurant d'entreprise en salle de réunion: en chassant les odeurs alimentaires, le parfum permet d'accélérer le changement d'usage des lieux.

Apporter du bien-être

Dans l'hôtellerie de luxe, les établissements cherchent à se différencier en proposant à leurs clients des expériences singulières: ouvert fin janvier, l'hôtel cinq étoiles La Clef Champs Elysées, s'est doté d'un "salon des Fragrances". Les clients peuvent y flâner et découvrir, en soulevant des cloches de verre, des senteurs déclinées en produits (bougie, parfum d'ambiance), dont le parfum spécialement créé pour l'établissement.

Ces fragrances "créent des émotions, apportent du bien-être, donnent envie de revenir aux sens par des matières premières qui sont aussi des remèdes", affirme le parfumeur Jean-Charles Sommerard, qui les a créées. Avec sa société Sévessence, il a aussi développé pour Scentys, trois parfums "neuro-sciences", entièrement "naturels et bio" pour répondre à une demande émergente dans l'univers médical: améliorer le bien-être des patients grâce aux senteurs.

"Militant écologiste", Jean-Charles Sommerard dont le père "distille des plantes à Madagascar, dans le respect de la planète", dit-il, espère ainsi "apporter un réconfort aux familles et un bien-être aux personnes en fin de vie dans les Ehpad", souligne-t-il.

Ces fragrances pourraient aussi venir en aide aux malades d'Alzheimer, en leur redonnant de l'appétit et en stimulant leur mémoire -des recherches ont été menées avec l'Inra- rapporte Pierre Loustric, ou être "diffusées dans des salles de repos post-chimiothérapie, afin de diminuer les nausées".

video : <http://www.bfmtv.com/economie/seduire-le-consommateur-avec-des-odeurs-tout-le-monde-s-y-met-1667216.html>