

L'interview de Ferjani Neffati

Responsable du pôle Stratégie et Croissance de la CCI de Nice Côte d'Azur

« Des buralistes convaincus de l'opportunité de s'engager dans une dynamique de transformation de leur activité »

DANS QUEL ETAT D'ESPRIT SE TROUVAIENT LES BURALISTES AVANT LA REALISATION DE L'AUDIT ?

« Ils étaient plus que partants puisque les sept buralistes (1) que nous avons diagnostiqués avaient, tous, pris les devants en appelant la plateforme de transformation des buralistes pour réaliser l'audit. Ils étaient même relativement pressés de le faire car ils avaient été sensibilisés depuis un moment par leur confédération. Ils étaient convaincus de l'opportunité de s'engager dans une dynamique de transformation de leur activité. Grâce à la plateforme téléphonique et au site Internet www.transformation-buralistes.fr, ils avaient un niveau d'information élevé sur les conditions de réalisation de l'audit ; ce qui était éligible ou pas et le cadrage de notre intervention. Les buralistes avaient aussi réfléchi, voire déjà commencé une diversification de leurs activités au-delà de la vente de tabac. »

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'AUDIT ?

« Je dirais que l'audit n'est qu'un outil, mais un outil utile pour analyser globalement l'activité du bureau de tabac, non seulement du point de vente mais aussi de la zone de chalandise. Cela représente un temps d'échanges essentiel pour recueillir des informations sur l'évolution de la boutique. Le buraliste présente aussi les réorganisations ou aménagements de son espace de vente déjà mis en œuvre pour mieux valoriser les produits qui génèrent une forte marge appelés produits taxables. Cette première étape sur l'activité du point de vente est nécessaire mais pas suffisante. Il faut aussi, et c'est la plus-value de la CCI, analyser le potentiel de développement au niveau de la zone de chalandise. A la CCI de Nice, nous nous appuyons sur le Système d'Informations Géographiques (SIG) qui croise des données IRIS de l'INSEE sur la population, la démographie ou encore les niveaux de revenus au niveau infra-communal. La synthèse des deux étapes permet d'identifier les axes prioritaires et les recommandations pour faire évoluer l'activité du bureau de tabac en adéquation avec sa zone de chalandise »

QUELS TYPES DE RECOMMANDATIONS ET DE SERVICES PEUVENT ETRE PRECONISES ?

« La feuille de route doit être concrète et porter sur des améliorations dans et hors du point de vente. Cela peut se traduire par exemple par un changement d enseigne et de store, une amélioration de la visibilité extérieure du magasin ou une meilleure mise en valeur de produits taxables à forte marge dans la vitrine. Quant aux services à développer, ils sont très divers et dépendent beaucoup de l'emplacement du magasin et de sa clientèle. Le buraliste peut vouloir créer un rayon papeterie, cadeaux souvenirs, accessoires de plage, snacking ou offrir un service de relais colis. Si certains peuvent vouloir se positionner comme un drugstore offrant une grande diversité de produits d'usage courant sur des plages horaires d'ouverture larges et pour une clientèle essentiellement touristique, d'autres deviendront plutôt des commerces de proximité dans des quartiers plus populaires et à clientèle locale. »

VOUS PARLEZ DE COMMERCE. LES BURALISTES AVAIENT-ILS L'HABITUDE DE FAIRE APPEL AUX SERVICES DE LA CCI ?

« Clairement non. Le buraliste n'est pas un commerçant comme un autre du fait de la réglementation de la vente de tabac et de jeux de hasard qui constituaient la majeure partie de son CA. L'enjeu de cet engagement dans le plan de transformation des buralistes, c'est d'apporter la démonstration que l'offre de la CCI peut leur être utile. Comme les autres commerçants, le

buraliste peut être intéressé par des réunions d'information sur une nouvelle réglementation, de nouvelles tendances dans le développement des entreprises ou par notre offre de formation ou bien encore un accompagnement en matière de transition numérique ou de développement commercial (2). Le buraliste pourra ainsi devenir, on l'espère, un ressortissant comme un autre. »

(1) Le département des Alpes maritimes compte 138 buralistes

(2) Cf L'offre de services des CCI aux buralistes