Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Hôtel, Spas, et si le parfum faisait vendre ?



Le saviez-vous ? L'Homme retient 35% de ce qu'il sent contre moins de 5% de ce qu'il voit, ce qu'il touche ou ce qu'il entend. Le parfum ferait donc partie de l'histoire de l'humanité. A tel point qu'il influerait sur elle et ses humeurs. Des sociétés très pointues en matière de parfum et aussi de technologie de diffusion en ont fait un levier. Objectif ? Séduire les clientèles des hôtels et des Spas, comptant sur cet attachement reptilien pour conquérir puis fidéliser leur clientèle.

Douces réminiscences

Qui se souvient de la bonne odeur de pain chaud et de viennoiseries perçue à l'angle d'une rue, émanant de la boulangerie dont la porte est restée ouverte, ou bien encore de la rôtisserie aux poulets dorés et tout en dessous les pommes de terre qui rissolent dans leur jus ? Qui se souvient de l'odeur de lavande merveilleusement suspendue de la maison de sa grand-mère, alors que le temps des vacances appelait à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

changer d'air. Ou encore de l'odeur des embruns, alors qu'on allait relever les casiers en mer pour rapporter au dîner quelques homards bien en chair ? Et aussi de l'odeur sucrée et réglissée des fleurs jaunes dodelinant dans le vent sur la Côte sauvage… Voilà, vous savez maintenant à quel point la mémoire olfactive imprègne notre histoire, comme aux premiers instants de vie lorsque l'on pose le nouveau-né tout contre le cœur de sa maman.

Se faire mener par le bout du nez

Alors les marqueteurs s'engouffrent dans notre mémoire collective relevant qu'une étude Givaudan précise que 89% des personnes interrogées estiment que les parfums peuvent avoir un effet bénéfique sur le bien-être et même influer sur l'humeur ! Alors on parle de parfum d'ambiance de plus en plus développé dans les hôtels et Spas. Un parfum qui plongerait le voyageur dans un état de confiance en soi, lui reposerait l'esprit, lui offrirait un sentiment d'évasion… Presque de lévitation.

Mieux encore

Plus prosaïquement une société spécialisée explique « qu'une diffusion de parfum adéquate augmente significativement l'adhésion de la clientèle et sa présence sur place. En effet, les parfums d'ambiance créent un lien affectif fort avec l'individu qui va vivre une émotion unique et développer un véritable sentiment de confiance. La clientèle est ainsi plus à même de recommander le service … Et de revenir !»

La technologie des odeurs

Après des années de diffusion sous forme de vaporisateurs, bougies et autres lampes Berger, les odeurs se propagent aujourd'hui via plusieurs innovations technologiques. Évidemment, nous voici loin des sachets de lavande fourrés entre les draps brodés d'une imposante armoire brillante d'encaustique car au XXIe siècle, on parle tech-no-lo-gie ! Ainsi, nous apprenons que la diffusion sèche est destinée aux petites surfaces proposant de petites billes de polymères sèches permettant de diffuser en toute sûreté et sans risques d'allergies le parfum d'ambiance sans contact. La micro-nébulisation, elle, transforme le parfum liquide en nuages de particules extrêmement fines et est particulièrement recommandée pour les grandes surfaces».

Nous y voilà !

Et l'entreprise qui nous éclaire si bien sur nous et nos besoins a un nom : « L'expert de diffusion de parfum dans l'air Scentys. La structure développe depuis 17 ans de nouveaux usages et procédés. Avec 9 brevets déposés à son actif, cette entreprise française –Cocorico- conjugue la précision technologique à un savoir-faire artisanal.» L'entreprise ne s'est pas trompée qui a déjà séduit les grands noms parisiens comme Yves-Saint-laurent, Lancôme, Diptyque, Jo Malone, Peugeot, Margiela, Costa Cofee…

On en reste baba !

Nous voici farfouillant sur le site de Scentys pour y découvrir une vraie caverne d'Alibaba ! Il y a la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

collection ‘Home sweet home ; Nature vive ; Temps suspendus ; Voyages immobiles et Jeunes créateurs et, au cœur de ces promesses, dans chaque section figurent quatre parfums aux noms et images évocateurs, ce qui relève de l’exploit puisque nous sommes sur le net, voyageant de textes calibrés en images léchées pour se faire une idée du produit le plus immatériel qui soit… avant ou après l’informatique, tique, tique. L’autre trouvaille ? Des diffuseurs de tous les styles pour son intérieur, sa voiture, le radiateur. Bref, ce travail de dentelle donne à voyager au gré de 25 parfums, comme autant de territoires et on en redemande.