

MARCHÉ | CIGARES PREMIUM

AMÉNAGER UN FUMOIR

Une autre façon de vendre

Dix ans après la mise en place de l'interdiction de fumer dans les lieux publics, le nombre de fumoirs dédiés aux amateurs de cigares reste encore faible. Mais les choses pourraient changer, en particulier grâce aux buralistes qui voient dans l'aménagement d'un fumoir l'occasion de booster leurs ventes de puros.

Par Cécile Fortis

Le fumoir du Royal Monceau, à Paris

Si, en France, la vente au détail de tabacs manufacturés est un monopole des débits de tabac, les débits de boissons ayant une licence III ou IV et les restaurants titulaires d'une licence restaurant ont la possibilité d'en revendre à leurs clients (voir page 7) : une autorisation accordée en tant que service complémentaire. Mais, depuis la mise en application du décret n° 2006-1386 du 15 novembre 2006, il est interdit de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif. Une interdiction quelque peu problématique pour les amateurs de cigares. En effet, déguster un cigare nécessite un peu de temps et donc un lieu confortable. Cela peut être une terrasse si (et seulement si !) elle est ouverte, que la météo est clémente et que les autres clients sont... tolérants. Un fumoir est évidemment la solution idéale. Comme l'affirme Sylvain Crégut, marketing manager de Seita Cigares, « dans la consommation de cigares, les principaux freins sont l'occasion et le lieu. Le simple fait d'avoir accès à un lieu où il est possible de fumer un cigare est considéré comme un privilège ». Pourtant, dans notre pays, les fumoirs ne courent pas les rues.

QUAND LA DEMANDE EST SUPÉRIEURE À L'OFFRE

Selon la législation française, l'aménagement d'un fumoir doit répondre à certaines contraintes (voir page 7), un cadre qui implique un investissement non négligeable. Dans ce contexte, il n'est pas

étonnant de constater que les hôtels de prestige, dotés d'un restaurant et d'un bar, disposent pratiquement tous d'un fumoir. Tel est le cas à Paris, au Royal Monceau avec le Club Viñales, au Crillon avec l'Étincelle, à la Maison Champs-Élysées avec son Cigare Bar ou à la Réserve et au Peninsula, mais aussi à Lyon à la Cour des Loges, à Courchevel au K2 Palace ou au Cheval-Blanc. Le problème, c'est que les fumoirs de certains de ces hôtels sont exclusivement réservés à leur clientèle et, lorsqu'ils sont ouverts à des clients de l'extérieur, luxe oblige, leurs droits d'entrée peuvent être très élevés. Heureusement, des adresses beaucoup plus « démocratiques » sont équipées de fumoirs, à l'instar du Cubana Café (Paris 6^e), du Havanita (Paris 11^e), du restaurant L'Ogre (Paris 16^e) ou de la néobrasserie Mon Coco, récemment inaugurée place de la République (Paris 10^e). « Même si un fumoir majestueux, comme celui de l'hôtel Peninsula, est extrêmement agréable, il est aussi très appréciable de pouvoir se rendre dans un fumoir comme celui du Cubana Café où l'amateur n'est pas obligé d'acheter de cigare, puisqu'il est possible de fumer un module qu'il a apporté et où le droit d'entrée est seulement de deux euros », explique Sylvain Crégut. Un point de vue partagé par Christophe Payan, qui apprécie particulièrement les fumoirs du restaurant Le Derrière (Paris 3^e) ou celui, plus étonnant, de Gentlemen 1919 (Paris 8^e) : « Le concept est original puisque le fumoir, tout comme le bar, se situe derrière un salon de barbier, explique le directeur des ventes cigares premium de Scandinavian

► Tobacco Group France. Au-delà du côté speakeasy, c'est un lieu très cosy, bien ventilé, avec une belle cave à cigares où tous les terroirs sont présents. La carte des spiritueux est intéressante également. En revanche, il faut penser à réserver. Comme beaucoup de fumoirs, c'est rapidement complet. Il y a une vraie demande de la part des amateurs et pas suffisamment de fumoirs, en particulier en province. » Un constat synonyme d'opportunité pour les buralistes.

UN PROJET RENTABLE SUR LE LONG TERME

Pour Sylvain Crégut (Seita Cigares), c'est une évidence : « Une civette dotée d'un fumoir propose à ses clients une expérience cigare complète. Même si son aménagement demande un certain investissement, cela reste rentable. Au-delà de booster les ventes de cigares, cela permet également de réaliser des ventes complémentaires. » Sans oublier de conforter son statut de spécialiste. Cyril Pelletier l'a bien compris : en 1999, il a aménagé un fumoir au sein d'Art Tabac, sa civette de la place de Catalogne (Paris 14^e), et il ouvrira à deux pas en mars prochain Casa Pelletier, une adresse dédiée aux plaisirs du goût. « À Casa Pelletier, dont l'aménagement et la décoration ont été entièrement imaginés autour du cigare par mon fils Carl, le fumoir sera plus grand : 33 m², contre 14 m² chez Art Tabac, explique-t-il. On proposera une petite restauration et il y aura une jolie carte de spiritueux. Quant à la sélection de cigares, elle sera assez unique, puisqu'on y trouvera essentiellement des modules que j'affine depuis plus de dix ans. » Autant dire, des puros âgés, rares et introuvables. « L'autre différence vient du fait qu'avec Casa Pelletier, nous



Robin Tauer et Vincent Bois

aurons le statut de revendeur. Cela nous permet de réaliser une marge sur le prix de vente de nos cigares, ce qui n'est pas le cas au sein du fumoir d'Art Tabac ; nous devons en effet y vendre les cigares aux mêmes prix que ceux de la civette. On peut tout de même espérer des ventes complémentaires, en particulier avec les spiritueux, mais étant donné que l'investissement pour être aux normes est important (48 000 euros environ chez Art Tabac), il ne faut pas compter sur une rentabilité à court terme. C'est avant tout une affaire de passion ! » La passion, c'est aussi ce qui guide Bruno Chafer à la tête du bar-tabac Le Robinson à Marseille. Pour preuve, il vient d'aménager un espace réservé aux amateurs de cigares en extérieur. Une initiative qui n'est pas passée inaperçue : « Entre les amateurs de cigares, le bouche-à-oreille fonctionne très vite, note Christophe Payan (STG France). D'ailleurs, la tendance est au fumoir. Même si je ne peux rien dévoiler, je sais que plusieurs buralistes ont le projet d'aménager des fumoirs au sein de leurs civettes, que ce soit à Paris ou en province. » Une tendance confirmée par l'ouverture prochaine du Vaisseau Amiral à Bordeaux. Derrière ce projet parfaitement ficelé, on retrouve Robin Tauer et Vincent Bois, les créateurs de la marque de cosmétique pour hommes Robin-Tauer. C'est d'ailleurs séduits par le concept de Gentlemen 1919, un de leurs clients, qu'ils ont eu envie de créer une adresse dans le même esprit. Un lieu à la fois chic, cosy et accessible, où la carte du fumoir proposera une centaine de références de cigares. Une véritable aubaine pour les Bordelais, puisque l'unique fumoir de la ville a fermé ses portes l'an dernier.

ment ficelé, on retrouve Robin Tauer et Vincent Bois, les créateurs de la marque de cosmétique pour hommes Robin-Tauer. C'est d'ailleurs séduits par le concept de Gentlemen 1919, un de leurs clients, qu'ils ont eu envie de créer une adresse dans le même esprit. Un lieu à la fois chic, cosy et accessible, où la carte du fumoir proposera une centaine de références de cigares. Une véritable aubaine pour les Bordelais, puisque l'unique fumoir de la ville a fermé ses portes l'an dernier.

En Suisse, The House of Grauer voit les plaisirs en grand



600 m² dont plus de 150 m² pour le walk-in-humidor, le plus grand d'Europe, accueillant pas moins de 150 000 cigares, sans oublier une cave qui réunit plus de 900 références de vins et 300 de spiritueux ainsi qu'un cigar lounge, une librairie et même un musée. Vous l'aurez compris, avec la création de The House of Grauer, Tarek Abouzeid a vu les choses en grand. Inaugurée fin 2016 à Genève, son adresse réservée aux plus de 18 ans s'affiche comme un paradis pour les amateurs de cigares et de spiritueux. Si la partie boutique et musée est accessible à tous, l'accès au cigar lounge est réservé aux « résidents », dont le nombre est limité à 250. Résolument exclusif !

The House of Grauer
9, route des Jeunes 1227 Les Acacias
Genève (Suisse)
www.houseofgrauer.com



LA RÉGLEMENTATION TECHNIQUE

EXTRACTION D'AIR. Un fumoir doit être équipé d'un dispositif d'extraction d'air par ventilation mécanique permettant un renouvellement d'air d'au moins dix fois le volume de l'espace par heure. Par ailleurs, ce dispositif doit être indépendant du système de ventilation ou de climatisation d'air du bâtiment.

FERMETURE AUTOMATIQUE. Le fumoir doit également être doté de fermetures automatiques sans possibilité d'ouverture non intentionnelle et ne pas constituer un lieu de passage.

SUPERFICIE. La superficie d'un fumoir doit être au plus égale à 20 % de la superficie totale du lieu et ne peut pas dépasser 35 m².

PERSONNEL. Aucune prestation de service ne peut y être délivrée et aucune tâche d'entretien ne peut y être exécutée sans que l'air ait été renouvelé pendant au moins une heure.

MAINTENANCE. Le responsable de l'établissement est tenu de produire une attestation provenant de l'installateur ou de la personne assurant la maintenance du dispositif de ventilation.



LES OBLIGATIONS DE LA REVENTE

DÉBIT DE RATTACHEMENT. Le revendeur doit déterminer son débit de tabac de rattachement auprès duquel il doit s'approvisionner de façon exclusive, hormis pendant sa fermeture annuelle.

CARNET. Le revendeur doit tenir un carnet de revente à présenter à chaque approvisionnement, limité à 20 kg par mois.

PRIX. Le revendeur doit établir un prix de vente au moins égal au prix de vente homologué.

TROIS FABRICANTS. Le revendeur doit proposer des tabacs manufacturés d'au moins trois fabricants différents, de son choix. Tout contrat d'exclusivité est interdit.

ATTESTATION. Au plus tard quinze jours avant le début de l'activité de revente, le revendeur doit effectuer une déclaration d'engagement, et le gérant du débit de tabac de rattachement doit fournir une attestation.