

Du côté de Bisou à Nice

AU ROYAUME DES NOUVEAUTÉS!



Quand un salon, Bisou en l'occurrence, arrive à sa 36^e édition, ses responsables peuvent légitimement être fiers. Et le cru 2011 n'a pas failli à la tradition.

Deux cent vingt exposants, répartis sur 10 000 m² se sont donné rendez-vous à Nice, en janvier dernier, au salon professionnel Bisou, consacré à l'objet cadeau. Côté visiteurs, les organisateurs (Orgexpo) en ont dénombré 14 830 venus de toute la France durant trois jours. « Avec une légère hausse du nombre des visiteurs, c'est un très beau millésime pour ce salon, devenu au fil des éditions, une référence professionnelle », remarque Sophie David, en charge des relations de cette exposition.

« Tout simplement! »

Depuis sa création, comment évolue cette manifestation qui en est déjà,

En fait, l'objectif des organisateurs est de conserver autant que possible un équilibre entre les cinq grandes familles de produits présentées aux visiteurs: décoration; produits souvenirs; papeterie et carterie; fleuriste-

dement évolué. Tout d'abord, les points de vente ont largement diversifié leur offre ces dernières années. Avant, le papetier, le fleuriste, pour ne citer qu'eux, ne vendaient que leurs produits cœur de métier. « Désormais, toutes

« Désormais, toutes les papeteries de centre-ville vendent du cadeau, de l'article souvenir, ou des produits de décoration. »

rie et articles de plages. « Et à l'intérieur de chacune d'entre-elles, il nous faut veiller à ne pas mettre côte à côte des concurrents trop directs entre eux. Notre objectif est une recherche d'équilibres, à l'intérieur des secteurs, ajoute-t-elle. De

les papeteries de centre-ville vendent du cadeau, de l'article souvenir ou des produits de décoration. »

Et de prendre aussitôt comme exemple les bougies: elles sont un élément de vente et de décor! Et même si elles ne se ven-

« De plus, nous refusons tous les exposants chinois, par respect pour nos clients. »

rappelons-le, à sa 36^e édition? « Le suivi du marché se fait naturellement, souligne Sophie David. Nos anciens clients, dont beaucoup de fidèles, nous proposent leurs nouveautés, tout simplement! Nous ne faisons pas de prospection, mais plutôt des sélections. »

plus, nous refusons tous les exposants chinois, par respect pour nos clients. »

Nouveaux types de visiteurs

Par ailleurs, Sophie David observe que le profil des visiteurs a également gran-

dent pas, leur lumière, leur odeur, leur simple présence apportent un supplément au magasin, créent un univers particulier dans tel ou tel rayon. Ensuite, de nouveaux types de visiteurs sont apparus comme « les comités d'entreprises, par exemple, qui viennent

acheter des produits qui vont devenir soit des produits à vendre, soit des cadeaux pour les voyages. Je pense, notamment, aux grandes serviettes de bain très confortables. »

Le domaine de l'enfance

Reste à savoir, plus précisément, quels types de produits peuvent intéresser une papeterie à Bisou? « Des articles de petits formats, à prix raisonnables, type gadgets, pour

Quel est l'article super-tendance de cette année? « Les tapis adhésifs, non magnétique, à apposer sur toutes les surfaces planes; je pense que ce type d'article devrait bien se vendre cette année. Mais nous sommes dans le monde de la mode, des tendances, remarque Sophie David. Souvenez-vous, l'an passé, les bracelets étaient incontournables. Aujourd'hui, c'est fini! » Quant à l'objet utile, elle note qu'il n'est plus incontournable, car dominant actuellement la notion d'achat plaisir. Et la confirmation du retour des produits naturels. Développement durable oblige!

« Nous constatons aussi dans nos autres salons Hexagone, à Colmar ou à Rennes, également spécialisés dans l'univers du cadeau, que les couleurs ne sont pas les mêmes au sud (teintes chaudes) qu'au nord (blanc, bleu, gris). Et il existe aussi les objets intemporels, hors mode, tout ce qui touche au monde médiéval. »

Quant à savoir si un jour Bisou, voire Hexagone, investira le Sud-Ouest, Sophie David avoue que c'est au stade de la réflexion « et plutôt vers l'Atlantique. Biarritz tient la corde, mais rien n'est fait! » Bisou 2011, un grand cru, avec une créativité importante, et la preuve pour le papetier que le rayon « accessoires » l'est de moins en moins!

■ Edmond Martin

Les prochains rendez-vous

Salon Bisou 2012 : du 14 au 16 janvier à Nice

Prochains salons Hexagone :

- Lyon: 18 et 19 septembre 2011 – Eurexpo – Hall 3
- Rennes: 2 et 3 octobre 2011 – Parc Expo – Hall 10A



Du côté de l'offre... Du côté de l'offre... Du côté de l'offre...

Asti

Des crayons de couleurs grand format, pour l'ambiance...



The Iron Fairies

Les fées en fer, une ligne d'articles originaux pour les petites filles : on y retrouve des flacons de poudres de fées, itinéraire dans le royaume des fées, etc.

SBH Distrib

Angelo, Diavolo, Touché Collé : de minis tapis super adhésifs, sans plaque magnétique, comme support de téléphone, stylo, etc. Pour éviter que les objets ne glissent, ne se perdent. Lavables à l'eau. Personnalisables.



Éditions Yvon

Les Éditions Yvon distribuent la ligne Signature de H&H, stylos personnalisés par prénom et rechargeables.



Éditions Cely

Une carte anniversaire avec un chiffre de dizaine en gros et des chiffres adhésifs, pour personnaliser l'année, situés au verso de la carte. Ou la carte postale sous forme de puzzle. Il faut le reconstituer pour lire le texte. Amusant.



Totales Créations

Des tampons encreurs ou toutes sortes de porte-monnaie avec prénoms personnalisés pour les enfants.



Le salon Bisou permet aussi de découvrir toutes sortes de magnets typés, personnalisables selon les régions, les commerces... Effets garantis. « La clientèle de magasin aime à dénicher des articles de petits formats, à prix raisonnables, type gadgets, pour lesquels il n'y a surtout pas à argumenter : nous sommes dans l'achat coup de cœur. Par exemple : le magnet. »

