décoration artisanale dans les gorges du Verdon : « Nous venons ici depuis quatre ans. C'est comme si nous étions au marché ! Nous y avons trouvé deux de nos fournisseurs ».
Elargir géographiquement son marché : c'est aussi une bonne raison d'exposer à Bisou. Fournisseur de produits de plage, Drogali estime que ce salon «a permis de nous faire connaître sur le littoral et les stations du Languedoc-Roussillon, ce qui nous aurait pris beaucoup plus de temps sans cela », comme l'indique le DG Gérard Emanuelli, installé devant une série de bateaux gonflables et une nouvelle offre de chaussures de plage. La variété de son offre, estime-t-il, fait que la prise de commande directement sur le stand est plutôt rare. Elle aura lieu plus tard « après examen des échantillons pendant deux à trois heures ». Mais la prise de contact se fait bel et bien là.
Autre fournisseur de magasins de plages, Managal (draps de bains), ne manquerait pour rien au monde ce rendez-vous « où on se sent en famille avec les clients, très à l'aise », confirme le PDG Yvon Ortola. Gérard Poidvin, directeur commercial de Nem, dont la région Sud-Est pèse environ un tiers du chiffre d'affaires, est lui aussi comme chez lui : « c'est le salon le plus sympa de France. Suffisamment grand mais pas trop, ni trop long ni trop court, bien situé dans le centre-ville à 5 minutes à pied de l'hôtel, en bord de mer. Il répond parfaitement au besoin d'une clientèle traditionnelle venant passer commande ici ».
Surtout lorsque le cadre s'y prête. Enesco reçoit ainsi ses clients dans un espace très travaillé, tout en courbes élégantes. « Notre stand attire l'attention en effet. Cette différenciation nous positionne d'emblée sur le haut de gamme », reconnaît le directeur général France Stéphane Puig. Présent chaque année, l'entreprise « continue de gagner des clients à chaque édition », souligne M. Puig.
L'ambiance est similaire chez Savor (producteur de senteurs). Et dans un décor sobre et chic rappelant l'univers d'une boutique cosy, les amuse-bouche sont aussi de sortie. On fait goûter aux visiteurs, parmi les spécialités maison, crème d'artichaut ou délice de tomates aux olives. Une présence « nécessaire » pour Alain Léon, PDG de l'entreprise installée à Six-fours qui réalise 10% de son chiffre d'affaires dans le sud de la France, avec une clientèle « plus traditionnelle ». A qui il a logiquement réservé pour l'occasion une nouvelle gamme d'huiles d'olive et de vinaigre balsamique au packaging plus classique. Bisou, ou le sens de l'adaptation…