

DU 12 AU 24 JANVIER 2019

BISOU : UN SALON EURO-RÉGIONAL QUI ENTHOUSIASME SES VISITEURS ET SES EXPOSANTS



D.R.

Depuis plus de 40 ans, le salon BISOU est le pôle d'échanges commerciaux entre professionnels des secteurs du cadeau, du souvenir, des articles provençaux, de la décoration, du linge de maison, des accessoires de mode, du prêt-à-porter, du *beachwear*, de la bijouterie fantaisie, des cosmétiques, des cadeaux gourmands, des gadgets, de jeux, des jouets et des objets publicitaires. En l'espace de seulement trois jours, plus de 12 000 visiteurs strictement professionnels, français et étrangers (20 pays représentés) choisissent ce salon pour commander leurs produits.

Le salon BISOU est devenu un grand rendez-vous annuel pour un ensemble d'acheteurs au profil aussi varié qu'intéressant. Boutiques de cadeaux/souvenirs, boutiques de décoration, Tabac/Presse, papeteries, boutiques de plage, d'accessoires de mode et de prêt-à-porter, épiceries fines et confiseries, parfumeries, hôtels, concept-stores, restaurants, centrales d'achat, commerçants et non sédentaires apprécient ce salon atypique qui se démarque des méga-plateformes européennes. L'offre diversifiée de produits des 200 exposants, présentée sur 10 000 m² d'exposition, est convaincante et vient répondre aux besoins spécifiques des petits points de vente comme il permet à de plus grands acteurs de compléter leur assortiment de manière originale. Car nombreux sont les produits exclusifs sur ce salon à taille humaine où chacun apprécie l'ambiance conviviale et chaleureuse qui s'est perdue sur les très grands salons. On pourrait penser à tort, que le salon est dédié aux petits volumes. L'année dernière des exposants nous expliquaient avoir reçu les grandes centrales d'achat du sud de la France dès le premier jour, contents du niveau élevé des commandes enregistrées.

Paroles d'exposants !

D'une façon générale, le salon BISOU emporte l'enthousiasme de ses participants qui n'hésitent pas à témoigner. Ainsi a-t-on pu recueillir les propos suivants à la fin de l'édition 2018 : « Ce fut une très bonne édition qui s'inscrit parmi les plus importantes depuis les nombreuses années que nous participons. En plus des clients français nous avons trouvé de nouveaux points de vente croates, allemands, suisses et belges. » **Le Chatelard** ; « Nous avons eu encore plus de contacts que l'an passé. Il est essentiel d'être très actifs et présents car la clientèle est de plus en plus volatile. » **Pacific Bleu Distribution – Sunagora** ; « Nous participons à plusieurs autres salons depuis des années mais c'était notre première participation à ce salon qui nous a fait gagner l'équivalent de quatre à cinq mois de prospection en seulement trois jours et nous a permis de rencontrer une clientèle vraiment qualitative. » **Huiles Alziari** ; « C'est essentiel d'être sur ce

salon, même pour rencontrer nos clients les plus fidèles car ils nous y attendent. C'est le moyen de leur présenter tous nos produits en direct. » **Mora-Mora** ; « Cette édition 2018 fut excellente. Nous avons ouvert de nombreux nouveaux comptes clients. C'est une excellente plateforme pour présenter des prototypes avant une mise en fabrication en série. » **Odysée des Sens** ; « Nous sommes ravis de cette première participation qui nous a décidé à investir dans ce type de salon. Nous participerons donc aux salons Hexagone de Rennes qui a lieu en février. » **Ducs de Gascogne** ; « Ce fut formidable ! Dès le premier jour, les commandes enregistrées ont dépassé nos objectifs totaux pour les trois jours de salon. » **Atelier des Pancartes** ; « Nous participons depuis de très nombreuses années à ce salon. Cette édition 2018 fut tout simplement exceptionnelle. » **Savonnerie de Bormes** ; « Nous avons eu de très bons contacts et un bon niveau de commandes de boutiques superbement bien placées dans les villes et villages touristiques les plus prisés. Nous avons également eu la surprise de recevoir la visite et les commandes de concept-stores installés dans de grandes villes. Ils sont venus pour voir une offre différente et dénicher des produits qui changent de ce qu'on voit partout sur les autres salons. » **Jacotte Chuchote...** ; « C'était notre première participation et nous avons de très bons retours sur l'ensemble de notre gamme. Nous avons également pris des commandes de points de vente que nous n'aurions pas pensé à démarcher comme les boutiques des grands clubs de vacances. » **Les Essentiels** ; « Nous avons très bien travaillé ! Nos résultats sont en hausse cette année. » **L'Epicier Moderne** ; « Les médias ont fait des reportages géniaux. L'an prochain, nous prendrons un stand encore plus grand. » **Ferry Jouets** ; « C'est ici que nous avons pris notre envol il y a quelques années. C'est le seul salon que nous faisons et les résultats sont très bons. » **Shibuya** ; « L'organisation du salon est excellente, les visiteurs sont de qualité et les contacts sont bons ! » **Solid Sombreros Espana** ; « Très bons résultats ! » **Emmanuel Créations** ; « Très bonne édition ! » **Colmag** ; « C'était notre première participation et nous avons enregistré de belles commandes. » **Cressi Sub.** ■