DES CONSEILS POUR EXPOSER SUR FINE CRAFT

Se préparer à exposer, concevoir son stand, communiquer sur sa participation, gérer l'après-Salon. Quelques exposants habitués au secteur FINE CRAFT de Maison&Objet nous livrent ici leurs conseils et astuces pour optimiser leur participation. Un vade-mecum clés en mains à l'intention des futurs exposants.

1 BIEN CONNAÎTRE LE SALON

Son offre, ses publics, ses secteurs, sa singularité… Avant d'y poser ses caisses, rien ne vaut de l'avoir arpenté en visiteur, souligne chacun des exposants interviewés. *«Dans la mesure du possible*, précise Jonathan Dos Santos qui réalise des œuvres lumineuses en bois et verre, *c'est mieux de contacter cinq ou six exposants pour les questionner sur leurs retours d'expérience. Maintenant, Maison&Objet est MON Salon. Sans lui, mon carnet de commandes ne serait pas le même!»*

2 AMÉNAGER LE STAND À L'AVANCE

Une bonne pratique, communément partagée. Reproduire au sein de l'atelier un stand fictif aux dimensions exactes de celui du Salon permet d'apprécier l'emplacement des pièces, leur hauteur exacte, la vue d'ensemble, etc., jusqu'au ressenti du visiteur. La céramiste Marie-France (Malifance) Guarneri de l'atelier Nziru pratique systématiquement l'exercice, *«en simulant le stand au sol. Je teste l'agencement, comme un jeu de Tetris, jusqu'à atteindre l'équilibre. Puis je prends des photos pour reproduire l'ensemble sur le Salon».*

3 APPORTER LE BON DOSAGE DE PIÈCES

Ni trop, ni pas assez afin d'avoir un stand lisible. Des équations et des réflexions qui exigent des sacrifices pour minorer le nombre de pièces exposées et les mettre en valeur. Il est préférable de privilégier les meubles clairs et légers. *«Moins on met de pièces, mieux c'est.»*, explique Jonathan Dos Santos. Mieux: *«Il faut aimer ses pièces, se dire qu'elles ont déjà été appréciées par une certaine clientèle*, assure Malifance Guarneri, *et penser à ses créations avec cette énergie d'amour qui leur a été donnée.»*

Stands sur le secteur FINE CRAFT de Maison&Objet, celui d'Arango (1), Papier à êtres (2) et Andrighetto & Miot (3)

4 CONCEVOIR UN ESPACE NICKEL

D'autres exposants comme le duo de verriers Andrighetto & Miot, présent sur Maison&Objet depuis 2014, utilisent à bon escient les «plots-réserves» proposés dans la scénographie. À la fois supports de pièces et «placards» avec étagères, ils dérobent aux yeux du client les sacs, les manteaux, la bouteille d'eau… *«Ils permettent d'avoir tout sur place et nous évitent d'incessants va-et-vient entre le hall et le parking.»*

5 SÉDUIRE/RETENIR LE VISITEUR

Certes! Seulement voilà, le ou la visiteur(se) est un être pressé. *«Rien à voir avec un Salon grand public où le visiteur flâne»*, estime Papier à êtres, un duo créateur de sculptures lumineuses souvent en forme de personnages. *«C'est extrêmement déroutant*, reconnaît Jonathan Dos Santos. *J'ai fait le calcul: un contact dure deux minutes, une commande prend un quart d'heure. On discute, on se jauge. Mais il faut se dire que les visiteurs savent ce qu'ils font; ils apprécient l'art, la mode et le design, viennent de pays différents: en apportant un jugement de valeur sur nos pièces, ils constituent pour nous un vrai baromètre!» «J'essaie d'être cordial, d'expliquer la démarche artistique, sans être trop technique. Et j'encourage à toucher, même s'il s'agit de pièces en verre, car c'est vendeur!»* ajoute Jean-Charles Miot. Beaucoup d'artisans d'art n'apprécient pas de jouer au rabatteur ou au «vendeur pot de colle». Pour Malifance Guarneri: *«Mieux vaut mettre au point un "appel visuel", une phrase gimmick pour retenir un visiteur parfois fatigué.»*

6 ORGANISER SA COMMUNICATION

Il est important de prendre contact avec les clients avant le Salon, distribuer des catalogues papier, et les avoir aussi en version pdf (*«Pour l'envoyer directement sur le téléphone du client potentiel qui pourra le consulter le soir même dans sa chambre d'hôtel»*), lister les prix sur des feuillets à part (selon les clientèles : boutiques ou prescripteurs), réaliser à l'avance de bonnes photos en haute définition des pièces ainsi que des portraits – de quoi illustrer les outils de communication des organisateurs du Salon, mais aussi satisfaire les journalistes en quête de « coups de cœur produits ».

7 ANTICIPER LES QUESTIONS

Notamment auprès des visiteurs étrangers. *«Sur Maison&Objet, je fais 80 % de mon chiffre d'affaires à l'international*, poursuit Jonathan Dos Santos. *Il faut être prêt à faire un devis, chiffrer l'emballage, estimer le coût du transport, connaître les règles douanières, les taxes…»* Et *«se remettre, si besoin, à l'anglais!»* reprennent en chœur tous les exposants interrogés. Pour savoir se présenter et évoquer les aspects techniques de la pièce.

8 UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

En renvoyant les interlocuteurs vers ses comptes Facebook ou Instagram que l'on aura préalablement nourris avec des articles de presse, des vidéos, des reportages TV… Afin de faire découvrir l'ambiance de l'atelier, les savoir-faire mis en œuvre. De son côté, Papier à êtres s'attache à relayer sa vie d'exposant sur Instagram, en publiant au quotidien une ou deux photos de pièces ou du stand.

9 FAIRE DES FICHES SUR LES VISITEURS

Une astuce « pense-bête » adoptée par Andrighetto & Miot. *«Lors de mon premier Salon, je suis reparti avec soixante cartes de visite à trier, je ne savais plus qui était qui!»* se souvient Jean-Charles Miot. Leurs fiches contacts prêtes à remplir comprennent désormais des cases à cocher (renseignements divers, centres d'intérêt, outils de com à envoyer, annotations personnelles sur la qualité du contact…). Un coup d'agrafe sur la carte de visite et voilà un fichier en cours de constitution !

1

2

3

Papier à êtres, collection *Circus*, sculptures lumineuses, papier et néons (1).
Malifrance – Atelier Nziru : bol *Œuf* sur son support *Branche fossile*, grès émaillé (2).
Andrighetto & Miot, *Accastics* de la collection *Floats*, verre soufflé, cordage (3).

10 PRENDRE DES ACOMPTES

«Sans acompte, nous ne commençons pas à réaliser la commande. Et sans solde de la part du client, pas d'envoi de la pièce!» Après dix ans passés sur Fine Craft, le duo Papier à êtres s'est fait une raison pour éviter les déconvenues financières. Jean-Charles Miot se rappelle avoir reçu de grosses commandes sur le Salon avant de sombrer dans le silence radio. *«Il faut être prudent sur les émotions.»* Sans pour autant baisser les bras car, après le Salon, le Salon continue.

11 PENSER À L'APRÈS-SALON

«Nous recontactons aussitôt nos visiteurs, en envoyant selon les circonstances un mot de remerciement ou une facture pro forma. Et nous relançons en particulier ceux qui ont des projets», explique Papier à êtres. *«Même après une commande, il est bon de rappeler son client*, suggère Malifance Guarneri. *J'aime ainsi savoir comment il a disposé les produits en vitrine, ceux qui ont bien fonctionné. Au besoin, je lui donne des petits conseils pour mettre en valeur les créations achetées.»*