La V eme Foire de Champagne : du 3 au 11 juin 1933 à Troyes

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **13 (1933)**

Heft 2

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Veme FOIRE DE CHAMPAGNE

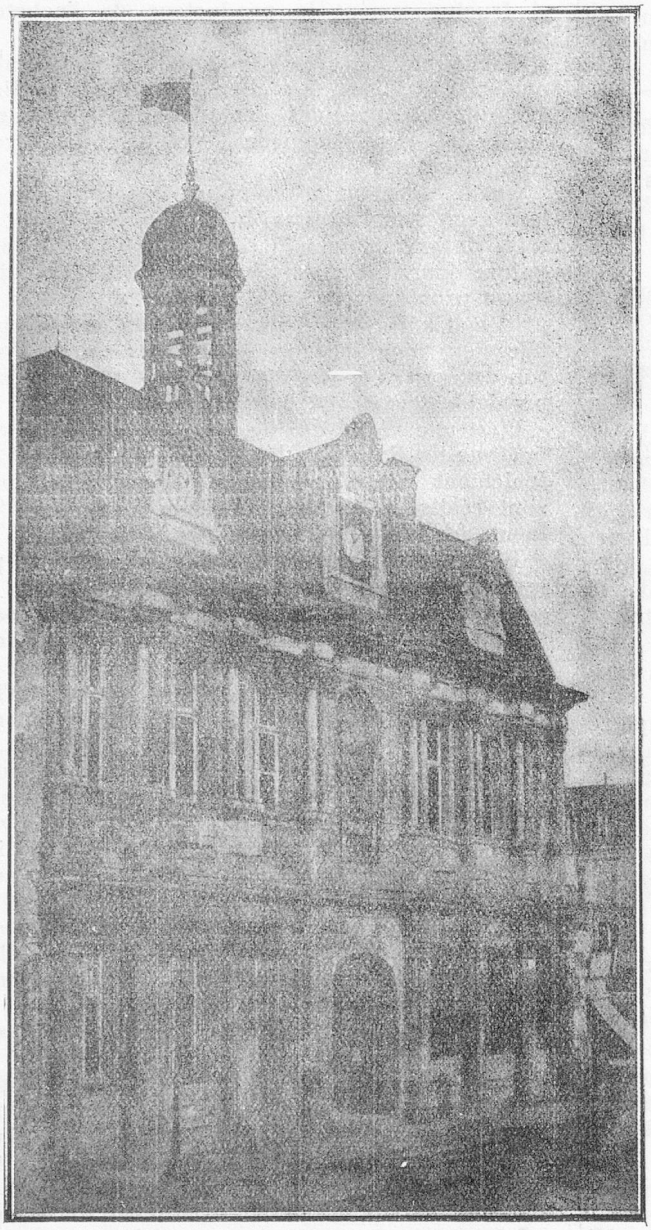
LE BERCEAU -- DE LA -- BONNETERIE

TROYES

Du 3 au 11 Juin 1933

LE BERCEAU -- DE LA -- BONNETERIE

COMMERCE — INDUSTRIE — AGRICULTURE — ARTS — TOURISME



Nouvelle disposition des stands
et
Emplacements dans un cadre unique

NOMBREUSES ATTRACTIONS

La plus importante Foire de la Région, tant par *le nombre de ses visiteurs, que par* **les affaires qui y sont traitées à la satisfaction de tous les exposants.**

Industriels, Négociants, retenez dès maintenant vos emplacements. Touristes! Visitez la 5e Foire de Champagne, Troyes et ses architectures.

Toutes demandes à :

M. l'Administrateur-Délégué de la Foire de Champagne, 34, Quai Dampierre, TROYES

Téléphone : 37-44

LA Ve FOIRE DE CHAMPAGNE

du 3 au 11 Juin 1933

A TROYES

Quatre mois à peine nous séparent de cette grandiose manifestation qui s'annonce comme devant remporter un franc succès.

Nos commerçants régionaux et ils sont nombreux, l'ont si bien compris qu'ils ont de suite adressé leur adhésion et pris toutes leurs dispositions pour être prêts.

Certains, et ceux-là ce sont les éternels inscrits de dernière heure, attendent encore et risquent fort de compliquer, au dernier moment, les efforts du comité en qui ils font confiance pour se débrouiller et leur donner tout de même satisfaction.

D'autres, enfin, alarmés par cette crise de calme, hésitent et se demandent véritablement s'il est bien utile d'exposer à cette manifestation commerciale, attendu que, pour eux, ce sera la première foire à laquelle ils participeront.

Eh bien, ces hésitants, nous les rassurons de suite et nous nous permettons de leur donner quelques conseils :

La participation à une foire *ne peut être un effort isolé* sans risquer de gros déboires pour l'exposant.

La disposition du stand, le choix des vendeurs ou des représentants, les imprimés à distribuer, les arguments préparés pour convaincre les futurs clients, sont autant de facteurs de la réussite.

La publicité collective faite par le comité de la foire est trop générale; un visiteur peut n'être attiré que par un seul produit; *qui donc mieux que le vendeur lui-même* saura faire connaître que ce produit est exposé et en vanter les qualités.

AVANT l'exposition, ne manquez pas *de faire savoir que vous serez là,* à vos clients et d'une façon générale à tous ceux susceptibles de le devenir.

Les moyens sont variés; souvent il sera nécessaire d'utiliser, concurremment à plusieurs d'entre eux, cartes d'invitations, dépliants illustrés, circulaires, publicité dans les journaux de la région, affiches, visite des clients éventuels par des représentants, bons donnant droit à la dégustation d'un produit ou à un échantillon, cartes d'invitation à la foire.

S'efforcer de faire naître la curiosité par l'annonce d'une démonstration de fabrication : machines en fonctionnement, nouvelle utilisation de produits, nouveaux produits, etc.

Chaque exposant doit convaincre le public que son stand est le seul intéressant, *qu'il est le clou de la foire.*

Il est indispensable qu'une publicité en règle soit faite, dans la région, avant l'ouverture de la foire. Si vous êtes découverts par hasard, vous ne pouvez prétendre qu'à des affaires accidentelles.

Vous avez réussi à déplacer le visiteur, à vos vendeurs de faire le reste; n'oubliez pas que dans chaque visiteur... il y a un acheteur qui sommeille.

Une foire n'est pas une exposition, lorsque vous aurez dépensé toute votre ingéniosité pour installer votre stand; n'en confiez pas la garde à un distributeur de prospectus. Ce ne serait pas de la publicité, ce serait du gaspillage.

Vos produits bien présentés auront fait arrêter le visiteur. Ce sont *vos meilleurs produits* que vous aurez exposés, ce sont également vos meilleurs vendeurs qui devront pouvoir répondre à toutes les questions; c'est votre agent général ou régional qui sera là pour traiter.

Votre publicité ne devra pas se ralentir pendant toute la durée de la manifestation; n'oubliez pas que vos concurrents ne resteront pas inactifs, que le parc des expositions est grand et qu'il ne suffit pas d'attendre le client derrière votre comptoir.

La foire doit vous donner le maximum de rendement, mais elle ne vous donnera ce que vous attendez d'elle qu'autant que vous l'y aurez aidée.

Avez-vous préparé votre campagne de publicité? Si vous prétendez limiter votre effort à la dépense de la location de votre stand, ne participez pas à la manifestation; le comité ne demande aucune aumône; la foire a été faite pour vous. Le comité a peines et risques; sa seule satisfaction sera de vous avoir permis de traiter beaucoup d'affaires.

L'année prochaine, vos clients devront vous retrouver à la même place, si vous ne voulez pas perdre le fruit de votre publicité.

Cette année, vous aurez éduqué certains visiteurs dont vous aurez formé le goût.

Vos renseignements, vos pronostics (non pas jetés à la poignée) mais remis après explications, vous auront préparés des acheteurs pour la prochaine foire...

Et... après avoir approuvé les quelques lignes ci-dessus qui vous feront comprendre que nous sommes dans le vrai, vous n'hésiterez plus et demanderez votre adhésion à la 5e Foire de Champagne et vous ne vous en repentirez point.

Tous renseignements et demandes d'adhésion à M. René Allègre, administrateur-délégué, Foire de Champagne, 34, quai Dampierre, à Troyes. Téléphone 37.44.