

Foire de Marseille.

Bilan contrasté

Si côté organisation, la 86^e édition de la Foire internationale de Marseille s'est achevée sur un bilan satisfaisant pour les exposants, en revanche, le tableau est plus contrasté.

Malgré le contexte économique et social, tendu. Malgré la menace terroriste accrue. Malgré le chantier du futur tunnel Prado Sud en cours. Et malgré les éléments peu déments - mistral le premier week-end, pluie la dernière journée -, la Foire internationale de Marseille affiche cette année un « bilan très satisfaisant, presque inespéré ». Selon la direction de la Safim, le parc Chanot a accueilli 360.000 visiteurs entre le 24 septembre et le 4 octobre. Une fréquentation équivalente à celle de l'an passé.

Toutefois, trois jours avant la fin de cette 86^e édition, Daniel Roman, le P-dg d'Alliances Piscine, avant de son côté « l'impression qu'il y a un peu moins de monde. On a moins de soucis pour manger le midi ». La foire demeure pour lui un rendez-vous important. Parce qu'il s'agit d'un « très gros investissement », environ 100.000 euros pour 700 m² de stand. Parce qu'il y présente ses nouveautés en avant-première. Et surtout parce ces dix jours « nous font travailler pendant six à huit mois. Nous pouvons signer une centaine de bassins sur place, et 150 ensuite grâce aux prises de contact », indique le 3^e fabri-



● Le stand d'Alliance Piscine (700 m²) nécessite un mois d'installation.

cant français de piscine, qui mobilise à Marseille les vendeurs de ses dix agences de la région.

Une mesure mal venue

Du monde, Jean-Pierre Ripoll en a vu dans les allées. Moins sur son stand. Commercial pour Provence Énergie Solaire, il déplore le coup de rabot sur le crédit d'impôt pour l'achat de panneaux solaires. Une mesure confirmée au démarrage de la foire.

« Les autres années, les gens faisaient la queue pour avoir des infos. Là, je leur cours après », regrette l'installateur. « Au final, un panneau photovoltaïque va leur coûter 4.000 € de plus », souligne-t-il, amer.

Loin de ces considérations, Sheila Bouillod constate une certaine filo-

sité des visiteurs. « C'est encore la crise », observe la patronne de Charly Casquettes. Dernière fabricante marseillaise de couvre-chefs, elle a investi 1.500 € pour son petit stand dans le hall 7, réservé aux artisans d'art. « Ce ne sera pas évident de rentrer dans nos frais. Car si les gens essayent facilement, ils n'achètent pas forcément ».

À quelques encablures, l'Atelier des couleurs ne connaît pas ce genre de problème. Présents sur la foire pour la 3^e année consécutive, Mireille et Jacques Gallinella ne sont « pas là pour vendre ». Ils proposent une prestation de rénovation de cuisine. « La foire nous permet d'élargir notre clientèle hors Aubagne et La Ciotat. On prend des contacts et on a des retours tout au long de l'année », expli-

quent-ils.

Le directeur d'Artémis n'a pas encore ce recul. Présent pour la première fois sur la foire, Aral Yavas sait qu'il a peu de chances de concrétiser des ventes. Il est venu faire connaître son entreprise de carrelage et pierres naturelles. « On aurait pu prendre une pub, mais on a préféré prendre un stand pour avoir une relation humaine plus directe », témoigne le jeune homme, en précisant vouloir « toucher le public marseillais » et l'inciter à venir sur son showroom à Plan-de-Campagne. Après une semaine passée au parc Chanot, son bilan était « assez satisfaisant. Mais on jugera ensuite ». Comme de nombreux autres exposants, pour qui la Foire de Marseille est un moyen, et non une fin.

Geoffrey Dirat