

Leur jardin au cœur du salon

Les exposants rivalisent d'originalité dans la conception de leurs stands au LouvExpo

Demain s'ouvrira au LouvExpo la 65^e édition du salon d'automne de La Louvière, la seconde dans le tout nouveau hall des expositions. Mais si les portes s'ouvriront à 11 heures samedi, les lieux sont effervescence depuis plusieurs jours déjà ! Hier et aujourd'hui, les 120 exposants peaufinent en effet les décors de leurs stands. Des décors qui ont un coût... mais qui peuvent rapporter gros !

Portes, châssis, fenêtres, chauffages, cuisines, divers matériaux de construction... et tout ce qui touche de près ou de loin à l'habitat. Voilà une petite partie de ce que vous verrez à partir de demain dans le hall des expositions de La Louvière à l'occasion du 65^e salon d'automne. Mais si l'objectif des exposants est bien évidemment que vous achetiez tous ces produits, il ne suffit pas de les exposer pour que ça fonctionne ! Encore faut-il attirer votre attention, se démarquer des autres stands. C'est pour cela que, depuis plusieurs jours déjà, des travailleurs s'affairent à confectionner des stands qui attireront votre regard.

Et celui des « Jardins d'Ar-

quennes » fait indéniablement partie de ces stands qui dénotent. Une pergola un peu rouillée, pour la touche « vintage », des arbres, des fleurs, une pièce d'eau et des murs de galets, entre autres aménagements extérieurs... Voilà de quoi attirer le chaland ! Le concepteur de ce jardin au milieu du salon, c'est Christian Pestiaux, le responsable des chantiers extérieurs de la firme, un habitué de ce genre d'exercice : « Nous allons régulièrement sur des salons. Batiouw, Charleroi... et La Louvière, pour la seconde année de suite. C'est sûr que cela demande un peu de travail. Pour ce stand-ci, j'ai travaillé une grosse journée sur le schéma et nous mettons trois jours à le monter. Ensuite, il faut encore compter un jour de démontage. »

AUX ALENTOURS DE 5.000 EUROS

Un sacré investissement tout de même pour six jours de salon : « Il y a déjà le coût de l'emplacement (N.D.L.R. 50 euros par m²). Ensuite, il y a des matériaux que nous ne pourrions pas réutiliser. Et puis, il y a la main-d'œuvre. C'est sûr que concevoir un stand comme le nôtre, ce n'est pas donné à toutes les en-

treprises. Nous avons une douzaine d'employés, donc nous pouvons nous le permettre. Pour nous, au total, on doit tourner aux environs de 5.000 euros. »

85 % D'EXPOSANTS DU CENTRE

Mais si la société investit autant, c'est qu'elle y gagne ! « Sur un salon comme ici, on obtient entre 40 et 50 demandes de devis ! Donc pas juste des gens qui s'informent mais carrément des gens qui ont des projets précis. Et je dirais qu'un devis sur cinq arrive jusqu'à la concrétisation des travaux. Donc oui, c'est vraiment rentable. C'est une belle vitrine et le stand permet de montrer toutes nos techniques. Et être sur un salon qui n'est pas uniquement destiné aux jardins, ce n'est pas si mal : notre stand tout vert ressort bien au milieu des autres. » Pour découvrir ce jardin et tous les autres stands, dont 85 % sont tenus par des entreprises de la région, rendez-vous dès samedi 11 heures au hall des expositions, le LouvExpo. ■

OLIVIER HENSKENS

À NOTER Du 5 au 7 octobre et du 11 au 13 octobre de 11 heures à 19 heures.



L'organisateur du salon d'automne, Christophe Preti (1) ne chôme pas... mais les exposants non plus ! Tous les stands sont en cours de construction (2). Certains nécessitent d'ailleurs jusqu'à trois jours de montage ! C'est le cas de celui conçu par Christian Pestiaux pour « Les Jardins d'Arquennes » (3).

L'ORGANISATEUR

Le leitmotiv du salon ? Coller aux attentes des visiteurs

Le salon d'automne de La Louvière a beau en être à sa 65^e édition, il connaît une nouvelle jeunesse depuis qu'il a intégré, l'an passé, le LouvExpo. Et pas question pour l'organisateur, Christophe Preti, de se reposer sur ses lauriers. Le salon est en perpétuelle évolution : « S'il va durer 6 jours étalés sur deux week-ends, cela fait déjà un an que nous le préparons ! Car l'objectif du salon d'automne, c'est de proposer aux visiteurs ce qu'ils veulent voir, de coller à leurs envies. Du coup, on passe toute l'année à étudier les désirs et les besoins des visiteurs. »

Un exemple ? Les aménagements extérieurs (voir ci-contre) : « Il y a cinq ans, vous n'en trouviez pas. Maintenant, comme on a senti que c'était

quelque chose d'important pour notre public, nous les avons intégrés au salon. »

Au programme, trois thèmes, comme chaque année : l'habitat, les saveurs et le bien-être. Avec plus de 120 exposants, les visiteurs ont encore plus de choix : « La tendance est à des stands un peu plus petits pour réduire les coûts pour les exposants. Du coup, ils sont plus nombreux. Nous comptons toujours les trois espaces même si les thèmes s'entremêlent. Le bien-être, c'est aussi bien manger ou avoir moins de consommation d'énergie, un système de chauffage et d'isolation performant, par exemple. Sur l'espace bien-être proprement dit, nous retrouverons

beaucoup de petits exposants, au lieu du massage à la literie. Un peu de 10 prestataires de services. Normalement, le salon s'est aussi renoué. Né avant les supermarchés, connu une crise avec la naissance des grandes surfaces. Mais aujourd'hui, notre salon vise les produits que vous ne trouverez pas dans les supermarchés. Des producteurs et des négociants de la région. » Régional, c'est aussi un point fort du salon : « 85 % des exposants viennent de la région du Centre. Et ça n'est pas d'avoir des technologies modernes, parfois présentées pour la première fois en Belgique ! » comme maître-mot, la convivialité.