juin 2009

Novibat

Les produits de demain sont à Novibat

Depuis 1994, le groupe Point.P organise les Novibat, des salons dédiés aux nouveautés produits des fournisseurs des enseignes Point.P, Cedeo et Forum Point.P. D'abord organisés à Bordeaux, ces manifestations disposent depuis 1998 d'une couverture nationale avec la mise en place de plusieurs éditions régionales. Pour sa sixième édition parisienne qui s'est déroulée les 7, 8 et 9 avril derniers, la deuxième au Parc des Expositions de Villepinte, l'enseigne a regroupé quelque 230 exposants et reçu plus de 5 000 visiteurs (clients, prescripteurs, étudiants, industriels et collaborateurs).

Les différents salons Novibat se déroulent sur une période octobre-juin positionnée entre deux éditions de Batimat. Ils ont pour but de présenter en avant-première à la clientèle des trois enseignes du groupe Point.P, les nouveaux produits, matériels et matériaux, les nouvelles solutions techniques ou les dernières réglementations. Ces journées permettent également aux clients du groupe de rencontrer l'ensemble des professionnels et aux fournisseurs d'échanger avec eux afin de connaître leurs attentes, renforçant ainsi le lien client-fournisseur-vendeur.

Une organisation commune

Afin d'offrir à ses clients une meilleure visibilité lors de la visite du salon, le groupe Point.P a mis en place une configuration commune à toutes les éditions régionales regroupant les fournisseurs en fonction de leur secteur d'activité : gros-œuvre, couverture, isolation et aménagement intérieur, bois/panneaux, carrelage, parquets/lambris, menuiseries, aménagement extérieur, sanitaire-chauffage et outillage. Outre cette segmentation produit, le groupe a également normé les stands (dont le prix au mètre carré est identique à toutes les éditions) afin d'uniformiser les salons et de favoriser la participation de certains fournisseurs à plusieurs éditions.

Une sélection adaptée à la crise

Chaque édition dispose également d'un espace régional Point.P et Cedeo qui permet aux clients de recueillir les informations régionales sur ces deux enseignes, d'un espace Avantages pro dédié à des sociétés de service pour les professionnels du bâtiment et de deux espaces de démonstration. De plus, afin de répondre à la situation économique et de proposer des produits en

phase avec le Grenelle de l'Environnement, le salon Novibat d'Ile-de-France a cette année aménagé un espace central consacré au développement durable, axé sur la production d'énergie pour les produits vendus par Cedeo et l'isolation pour ceux commercialisés par Point. P. Par ailleurs, tous les nouveaux matériels exposés dans les stands relevant de ces deux préoccupations étaient marqués du logo Spécial rénovation ou Efficacité énergétique, respectivement trente-trois et vingt-trois sur la centaine de nouveautés répertoriées sur le salon.

Une communication spécifique

Afin de convier un maximum de clients, le groupe Point.P a mis en place une communication spéciale salon matérialisée par des affiches placées sur les vitrines de ses différentes agences et des invitations routées aux clients répertoriés dans la base de chaque négoce. Ainsi, pour l'édition Ile-de-France, pas moins de 7 300 clients ont été directement contactés. Lors de la manifestation, chaque visiteur a également reçu le journal du salon, reprenant le plan détaillé du lieu, la liste des exposants et le détail des nouveautés, ainsi que le guide Point.P régional qui retrace la philosophie de l'enseigne et répertorie toutes les agences de la région.

Des tarifs préférentiels

A l'occasion du salon, les fournisseurs se sont engagés à effectuer des tarifs préférentiels via des remises, des cadeaux ou encore des Novichèques. Disponibles pour l'achat de produits bénéficiant de l'offre Novichèques chez les fournisseurs participants, ces contremarques (d'un montant variable) sont cumulables puis échangeables contre de vrais chèques cadeaux valables dans de nombreuses enseignes (loisir, informatique, mode, déco…). A noter que tous les jours, une grande tombola était organisée pour tous les visiteurs ayant rempli leur Novipass, un carnet de seize cases à faire tamponner par les différents fournisseurs participants à l'opération. Une fois remplie, ce carnet permettait de participer et de tenter sa chance afin de gagner un écran plasma.

Nicolas Desbordes