

Communiquons avec la Presse

MEDIA : www.sillon38.com/blog.2011.04.09/provincia
DATE : 9 Avril 2011
MAGASIN : PROVENCIA (2)

De faire connaissance mais également de mieux connaître les produits. En effet les exposants ont pris le temps de bien expliquer leurs façons de travailler, leurs contraintes.. les particularités des produits concernés.

Ces échanges permettent également aux vendeurs d'exprimer leurs attentes, celles des consommateurs. » Ces rencontres sont très importantes à ce niveau là. Nous formons une chaîne qui doit être en totale osmose afin que nous atteignons ensemble la même finalité: la satisfaction du consommateur » rajoute en coeur la famille Bellamy.

Celle ci connaît bien le groupe Provencia. » Au début, en 1986, on vendait des petits fruits et aujourd'hui nous fournissons une gamme de confitures artisanales. » Une entreprise composée par les époux, Marine et Patrick Bellamy et leur fils qui n'hésitent pas à confier que » le groupe Provencia nous a mis le pied à l'étrier. On apprécie beaucoup leur philosophie: la qualité d'abord, il n'y a aucune place pour la médiocrité. »

Bien entendu nous avons abordé la question prix.

» Ils viennent chez moi, ils voient bien que l'on n'a pas dix maisons, qu'on ne roule pas en Porsche. On explique nos charges, contraintes et on trouve un bon compromis. » Propos repris par les responsables de la fromagerie Pochat: » au niveau des prix: ça négocie « dur », c'est vrai mais toujours dans un respect mutuel et le gros avantage est qu'avec Provencia, un accord est un accord. On y revient pas dessus. »

