

Entre Innovations et Savoir-faire : une édition 2016 révélatrice de la vitalité et de la pertinence du secteur !

Le Salon du Marketing Point de Vente a fermé ses portes jeudi 7 avril. Après 3 jours d'exposition, cette édition 2016 a tenu ses promesses : un visitorat qualifié en hausse, une offre innovante, des conférences enrichissantes et des animations appréciées.

L'offre, l'expertise et les innovations ont prouvé la vitalité du secteur et le levier commercial que représente le marketing point de vente.



[Reportage photo du Salon](#)

Une édition 2016 opérationnelle et festive

Près de 15 000 visiteurs sont venus rencontrer 225 exposants aux compétences variées : fabricants de PLV et matériels hi-tech, créateurs de contenus digitaux et mobiles, spécialistes de l'agencement et de l'animation commerciale, start-up expertes dans les innovations retail, agences de mesure et de performance, fournisseurs de matières premières... Le salon a tenu sa promesse en donnant une vision exhaustive et tendance du Marketing Point de Vente.

D'un point de vue contenu, les conférences ont séduit un peu plus de 1 800 auditeurs et 150 pour les séances de coaching.

La présentation du **Cahier de Tendances** a été un succès. Monique Large et 7 experts ont décrypté l'appétence des consommateurs pour les innovations retail via une approche big date et l'étude des réseaux sociaux. [Télécharger le Cahier de Tendances.](#)

Parmi les conférences les plus suivies, la présentation de l'étude **POPAL** « *Parcours d'achats et omnicanalité* » et « *le benchmark international des concepts innovants du retail en 2016* » ont attiré près d'une centaine d'auditeurs (espace Agora).

Au niveau des Conférences Agence, celles animées par **Customer Expérience** (« *Rendre extraordinaire l'ordinaire de nos clients ou comment donner de la valeur émotionnelle à des process fonctionnels* »), **CPM** (« *Visibilité optimale des marques : comment faire la différence* ») et **CHEIL France** (« *Digitalisation du PDV, entre l'utile et l'inutile* ») ont fait salle comble.

Les problématiques autour du digital ont aussi attiré du public à la table des **coaching POPAL** (« *Quelle digitalisation de vos magasins pour quels parcours et expérience client ?* ») et « *Quelle stratégie digitale pour enrichir l'expérience client ?* ») tout comme celle sur les « *Trucs et astuces pour les annonceurs pour réaliser un présentoir sur mesure de manière efficace* ».

Chiffres clés 2016

225 exposants

Près de 15 000 visiteurs

32 conférences, 1 865 auditeurs

26 séances de coaching, 150 inscrits

356 projets présentés au Concours

POPAL Awards Paris

Parmi les 356 projets présentés au **Concours POPAI Awards Paris**, 130 projets ont été nominés. La liste des nominés est disponible sur le site www.popaiawards.com. Le concours POPAI Awards Paris reflète les innovations en PLV, agencement et digitalisation du point de vente. Rendez-vous le 16 juin pour le Gala de remise des prix.

En 2016, le Salon MPV s'est enrichi de nouveaux partenaires pour animer les 3 jours à l'image d'un point de vente (Buzzeo, Sorap, Lipton, PICOM, Cent degrés). Les animations commerciales et digitales ont été très appréciées par les exposants et visiteurs qui en ont largement fait écho sur les réseaux sociaux.

Verbatim

« Cette édition 2016 qui a répondu aux enjeux des visiteurs, laisse présager un bel avenir pour le marketing point de vente », **Brune Jullien, Directrice du Salon MPV.**

« Le salon MPV nous a donné l'opportunité de rencontrer des entreprises avec des projets concrets de digitalisation des points de vente. Nous espérons que l'espace dédié au commerce connecté va s'agrandir les prochaines éditions », **Christophe Boitiaux, Waycom.**

« Nous sommes ravis de cette 1ère participation au salon MPV car nous avons pu présenter notre offre digitale et omnicanale à une cible de décideurs métier que nous ne rencontrons pas habituellement. Nos interlocuteurs, en quête d'innovation pour le point de vente, ont pu constater les possibilités et avantages offerts par nos solutions », **Cylande.**

« Cette édition 2016 est clairement celle de la maturité pour notre secteur encore jeune du digital in-store tant par ses exposants que par son audience. Nos solutions orientées sur des usages réels et les concepts innovants ont rencontré un vif succès », **Jérôme Hérard, ViaDirect.**

« Pour une première expérience, je suis très satisfait, aussi bien sur le coaching que j'ai animé que sur le stand sur lequel nous avons noué de bons contacts. Nous reviendrons en 2018 en nous positionnant dans une allée plus principale », **Raphael Szepes, Euromon PLV.**

« L'édition 2016 du salon MPV a été marquée par des rencontres qualifiées et orientées autour des enjeux du drive to store et de l'analyse en point de vente. Le coaching POPAI a également permis d'échanger dans un cadre convivial sur des thématiques liées aux commerces connectés et à la connaissance client omnicanal. Un bilan positif qui donne confiance pour la suite », **Patrick Chatanay, Ezeeworld.**

« Nous avons toujours assisté au salon MPV en tant que visiteur et cette année, nous avons exposé car le digital y occupe une place de premier choix. Le salon MPV est un véritable lieu de rencontres entre acteurs du digital et leurs clients. Plus d'un tiers de nos adhérents ont exposé lors de cette dernière édition et tous sont unanimes sur la qualité du profil visiteur », **Laurence Farenc, Club Digital Media.**

« Nous sommes satisfaits de notre participation. Nos clients sont passés voir nos dernières réalisations et nous avons rencontré des marques intéressantes, leaders et autres plus petites mais tout aussi prometteuses, avec des projets et en quête de nouveaux fournisseurs. Quelques jours après le salon, nous avons déjà reçu les premiers briefs clients et des demandes de visites de notre show-room et notre site industrie », **Audrey Heimendinger, FAPEC.**

« Pour Crown Heights, concepteur et intégrateur de solutions d'affichage dynamique, le MPV était surtout l'occasion de proposer en avant-première des produits. Recevoir nos clients mais également échanger avec les différents acteurs du marché restent une expérience enrichissante. Nous participerons avec grand plaisir à l'édition 2018 ! », **Crown Heights.**

« Le salon MPV est une référence sur les sujets du commerce physique. Nous sommes ravis que notre solution d'interaction mobile Ucheck.in ait rencontré un tel engouement sur le salon et suscité, pendant ces 3 jours, autant de rencontres et d'opportunités », **Thibaud Fayard, Stimshop.**

« Le Salon MPV est le salon de référence pour la profession. Sur le plan esthétique, cette édition était magnifique ! Que ce soit au niveau de la qualité des stands, qui démontre que les acteurs du Marketing au Point de Vente n'hésitent pas à investir, ou que ce soit au niveau des PopaiAwards Paris qui est plus que jamais l'un des plus beaux concours du monde. D'ailleurs, son succès se confirme et dépasse largement les frontières hexagonales. Nos amis des bureaux POPAI Allemagne, Angleterre, Benelux, Espagne, République Tchèque et même Dubaï ont répondu présents à notre rendez-vous », **Philippe Ecran, POPAI France.**



Salle de presse

Photothèque

Contacts

Reed Exposition : Mathilde Sauzière
01 47 56 24 33 - mathilde.sauziere@reedexpo.fr
www.mpv-paris.fr

CommLC : Marie-Laure Le Gallo
01 34 50 22 36 – mlegallo@commhc.com
www.commhc.com

A propos de REED EXPOSITIONS - www.reedexpo.fr

Expert en organisation d'événements professionnels et grand public, Reed Expositions France, est présent sur 18 secteurs d'activités avec 50 salons leaders dont Batimat, EquipHotel, Expoprotection, Fiac, Pollutec, Midest, Nautic... En 2014, 18 000 entreprises exposantes et 1,2 million d'acheteurs français et étrangers ont participé à ses salons.

Reed Expositions fait partie du groupe Reed Exhibitions, premier organisateur mondial de salons et leader sur le marché français avec plus de 60 manifestations et 2 filiales, Reed Expositions France et Reed-Midem.

