



Communiqué de presse, avril 2018

Bilan Edition 2018 – Chiffres clés et témoignages

Entre off & on-line, tendances & business : le Salon MPV crée les meilleures rencontres produit-client

La 33^{ème} édition du salon MPV s'est clôturée le 29 mars dernier.

Visitorat de qualité, speakers de renom, innovations et tendances : cette édition 2018 a reflété le dynamisme du secteur et confirmé le marketing point de vente comme un puissant levier commercial.

Les visiteurs ont apprécié l'éclairage sur le parcours client et les tendances du retail, de trouver des solutions adaptées à leurs besoins et les bons interlocuteurs pour les mettre en œuvre.



MPV 2018 a gagné son pari sur la fréquentation du salon et la qualité des visiteurs. Il a donné une photographie exacte de la diversité des métiers et compétences du marketing point de vente, hybride et cohérente. Hybride par le mix des réflexions en amont (études, stratégie, data) et sa traduction en matériel (mobilier, PLV, matériel et solutions digitales). Cohérente par un mix entre les conférences, les séances de coaching d'un côté et de l'autre, les solutions de 220 exposants et les meilleures réalisations avec une édition exceptionnelle des POPAI Awards. Bravo aux équipes Reed et POPAI, aux exposants et conférenciers de s'être mobilisés de la plus belle des façons. **Pierre-Alain Weill, Secrétaire Général de POPAI France, Président de la Commission Salon.**



Chiffres clés 2018

+ de **14 000** professionnels
220 exposants sur **3** secteurs d'exposition
(PLV, mobilier, Agencement / Digital retail / Activation, conseil, design)
36 conférences avec des acteurs majeurs
(Système U, Google, Alibaba, Costco, la MAAF...)
18 sessions de coaching POPAI animées par des experts en marketing point de vente
16 start-ups et **3** sessions de pitch
334 projets présentés au Concours POPAI Awards par **97** sociétés participantes



Les 3 marqueurs forts de cette 33ème édition sont le dynamisme de notre secteur dédié à la PLV et à l'agencement, la montée en puissance du digital retail et la forte attractivité de notre programme de conférences avec plus de 55% d'auditeurs ! Nathalie Niel, Directrice adjointe du Salon MPV.



Extraits de la photothèque



La PLV : entre esthétique, innovation et seconde vie

2

Avec 150 exposants dans le secteur PLV, mobilier, agencement, le Salon MPV est l'unique rendez-vous où les marques et enseignes de distribution peuvent découvrir toutes les dernières tendances. Cette année, elles ont pu y tester des innovations telles qu'un totem magnétique qui permet de mettre en scène leurs campagnes de communication en toute simplicité ([Parcours Innovation : Magic totem](#)) ou un présentoir écologique et intelligent ([Parcours Innovation : Easy Coat](#)).

L'innovation s'est également exprimée à travers « [La Boutique](#) », éphémère et grandeur nature, conçue à partir de morceaux de mobiliers professionnels en fin de vie. Ce partenariat entre POPAI, Valdelia, Shop Expert Valley, l'Ameublement Français et la Chambre Française de l'Agencement témoigne de la viabilité économique et technique d'un nouveau modèle, plus responsable, autour de l'agencement des points de vente.

Extraits de la photothèque



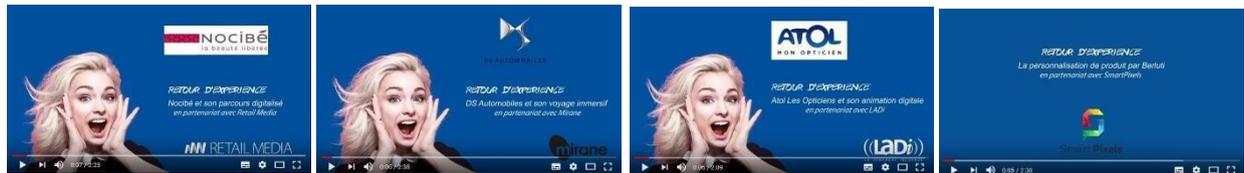


Le point de vente phygital

Les frontières s'estompent, le point de vente s'envisage désormais pleinement dans l'écosystème digital. Il s'appuie sur les nouvelles technologies pour renforcer ses points forts (proximité...) et gommer ses irritants (attente en caisse...).

Le Salon MPV a mis en exergue cette tendance à la « phygitalisation » du commerce via :

- 60 exposants dans le secteur Digital Retail
- Un espace entièrement dédié aux innovations start-up
- 24 projets au concours POPAI Awards répartis dans 5 catégories (contenu digital, immersion virtuelle, magasin connecté, matériel et contenu interactif et non interactif).
[Voir les projets.](#)
- [4 vidéos](#) - reportage sur l'expérience client avec les témoignages de Nocibé, DS Automobiles, Atol Les Opticiens et Berluti.



Extraits de la photothèque



Des têtes d'affiche pour la 1ère fois sur MPV !

Serge Papin, PDG de Système U, François Loviton, Directeur Brands & retail de Google France, Christine Januario, Directrice financière de Costco, Laura Pho Duc, Head of Marketing & Communications de Alibaba et bien d'autres ont attiré près de 3 000 auditeurs.

Retours d'expériences, présentations de cas clients, échanges sur les bonnes pratiques, la communauté du MPV s'est retrouvée autour de ces benchmarks animés par des experts du marché notamment Monique Large, rédactrice du Cahier de Tendances du salon, Jean-Marc Megnin, Directeur général de Shoppermind, Frédéric Pérodeau, Directeur fondateur chez 5.5 Retail et Olivier Dauvers, fondateur des Editions Dauvers.

LE SALON
DU MARKETING
POINT DE VENTE

27, 28 & 29 MARS 2018
PARIS, PORTE DE VERSAILLES
PAVILLON 4



PLV

ACTIVATION

DIGITAL

RETAIL

DESIGN

Conférences parmi les plus suivies :

- Présentation du Cahier de Tendances, par Monique Large (Pollen Consulting) et Pierre-Alain Weill (POPAI France) qui ont décrypté les 3 tendances fortes du point de vente : le parcours sur mesure, le shopping attractif et le magasin acteur de bien-être.

Télécharger le [Cahier de Tendances 2018](#)



La conférence sur le Cahier de Tendances est un incontournable. En révélant les tendances sur la base d'une méthodologie pertinente, ce cahier est une bible et un outil d'aide à la décision avec le partage de bonnes pratiques.



Mustapha El Hayani, Consultant stratégie digitale instore chez Clame. (Visiteur)

- A quoi ressembleront l'expérience client et les parcours clients demain ? Par Retail Media et la MAAF. [Fil conducteur de la conférence.](#)

Prochain RDV Retail : Soirée de Gala des POPAI Awards Paris

Le concours POPAI Awards Paris récompense les innovations en PLV, agencement et digitalisation du point de vente. 334 projets ont été présentés cette année et plus d'une centaine ont été nominés dans 46 catégories. La liste des nominés est disponible sur le site www.popaiawards.com.

Le 14 juin seront dévoilés les trophées or, argent et bronze, les Jeunes Espoirs de la PLV ainsi que le Grand Prix de la Création lors d'une grande Soirée de Gala au Pavillon d'Armenonville.

4

Extraits de la photothèque





Témoignages exposants

MPV a été un salon très profitable pour My Jomo. Nous exposons dans de nombreux salons de grandes envergures à travers l'Europe et les Etats-Unis, et MPV a probablement été celui sur lequel nous avons noué les contacts les plus qualitatifs. Le public de ce salon est notre cible directe, et ils viennent dans l'optique de faire du business. Le fait d'être une startup du CRI nous a apporté encore plus de visibilité, et continue de nous servir même après le salon. Enfin, l'opportunité de pitch et le coaching que nous avons animé sur le salon nous ont permis d'atteindre encore plus de monde. MPV était l'occasion de discuter de manière décomplexée directement avec des donneurs d'ordres de notre marché. Il est encore un peu tôt pour calculer les retombées globales de ce salon, mais elles sont d'ores et déjà supérieures à ce que nous avions imaginé.

Florian Benejean, CEO & Co-Fondateur de www.myjomo.io.

Le Salon MPV un très beau salon avec une belle place à la diversité. C'est un rendez-vous qui draine des contacts qualifiés avec qui nous pouvons nouer une première relation. Nous avons aussi reçu tous nos clients sur notre nouveau stand, crée pour l'occasion. Le concours des POPAI Awards est toujours très apprécié par la profession, avec beaucoup de nouveaux jurés cette année. Cela s'est notamment vu au niveau de la fréquentation le jour de présentation des matériels (le mardi). Enfin, les conférences avec des personnalités et des marques prestigieuses du retail ont ravi les visiteurs.

Charlotte Dedeine, Directrice Générale de PILOTES PLV.

Le fait d'associer maintenant le digital au Salon, ouvre de nouvelles perspectives et les conférences proposées se sont étoffées avec des sujets variés, générant du trafic et des visiteurs multi-secteurs de distribution très intéressants. Cette nouvelle édition a donc été riche en nouveaux contacts, et espérons maintenant transformer l'essai en client.

Audrey Bouin-Heimendinger, Directrice commerciale de la FAPEC.

Au-delà du digital, le marketing point de vente a montré qu'il était entré dans une forte dynamique portée par la fabrication sur mesure et l'interactivité avec le client. Il aide à faire face à la concurrence du commerce en ligne, permettant aux points de vente d'offrir quelque chose de différent aux shoppers. Le bilan du salon est positif. Plus avertis, les visiteurs sont venus préparés, avec un but précis et souvent des projets. Les échanges étaient donc très concrets et plus propices au business.

Thibault Cazala, Directeur Général de PLV Broker.



“ L'agence Wizz Factory, par l'intermédiaire de Buzzeo, est partenaire du Salon MPV depuis quelques éditions déjà. Cette année, nous constatons que le digital a pris une place plus importante sur le salon, avec une dimension immersive et engageante. C'est le reflet de ce qui se passe dans le retail. Rendez-vous en 2020 ! **Florian Vindel, Directeur de Clientèle Digital de Wizz Factory.** ”

[Témoignage vidéo](#)

“ Nous avons eu des retours très positifs notamment sur notre capacité à adapter la gamification et la réalité augmentée aux points de vente. Nous l'avons mesuré lors de la session de pitch qui a déclenché des rendez-vous très intéressants. Nous reviendrons l'année prochaine avec grand plaisir ! **Stéphane Martin, Directeur de 62 Ruby Street (1^{ère} participation).** ”

“ La création d'un nouvel espace dédié aux innovations digitales a notamment motivé notre participation. Le digital est au coeur de nos réflexions depuis près de 3 ans notamment via notre structure "Retail & Digital 2.0". Nous avons apporté un soin particulier à notre stand. Il a été conçu comme une usine, car nous sommes avant tout des fabricants ; mais une usine que nous avons souhaitée chic, moderne et résolument digitale. Cette édition 2018 a été une très belle expérience. Nous avons eu l'opportunité de (re)présenter à nos clients actuels l'ensemble de nos métiers, nos évolutions, certaines de nos réalisations, ainsi que notre vision du retail de demain. Mais le salon a également été l'occasion de rencontrer de nouveaux clients, de nouveaux secteurs et de nouveaux marchés. Le Groupe des Ateliers Elba France sera très probablement présent sur le salon MPV de 2020 mais certainement au travers d'un nouveau concept. Il est indispensable de se réinventer régulièrement, de faire vivre son image, sa marque, pour susciter l'intérêt de ses clients. **Thierry Riess, Directeur de la Communication du Groupe Les Ateliers Elba France.** ”

“ Cette édition 2018 s'est très bien passée pour Zagass Design, où nous étions à la fois exposant et conférencier. Nous avons noté une reprise des contacts et des contacts concrets. Le Salon MPV permet de rencontrer des gens de tous horizons, des personnes que l'on n'aurait pas forcément démarchées au premier abord. C'est très intéressant et cela aboutit la plupart du temps sur du business. Le concours des POPAI Awards Paris reste une valeur sûre avec beaucoup de belles créations notamment dans le luxe et la cosmétique. Par le Salon MPV, le magasin physique montre toute sa richesse et son intérêt. A l'image de la digitalisation qui devient beaucoup plus interactive. Les technologies doivent offrir un sens à l'expérientiel. **Olivier Zavaro, Directeur de Zagass Design.** ”

LE SALON
DU MARKETING
POINT DE VENTE

27, 28 & 29 MARS 2018
PARIS, PORTE DE VERSAILLES
PAVILLON 4



PLV
ACTIVATION
DIGITAL
RETAIL
DESIGN

[Salle de presse Salon MPV](#)

Contacts

Camille Barrat
Reed Exposition
01 47 56 24 33
camille.barrat@reedexpo.fr
www.mpv-paris.com



Marie-Laure Le Gallo
Agence de presse CommLC
01 34 50 22 36 - 06 86 44 28 48
mlegallo@commlc.com
www.commlc.com/salle-de-presse/salon-mpv

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.

