

## ASSEMBLEE GENERALE 2014

# POPAI FRANCE, NOUVELLE ARCHITECTURE DE MARQUES

L'Assemblée Générale de POPAI France s'est tenue le 13 mai dernier à la Maison de la Recherche à Paris. 2 événements majeurs ont marqué l'édition 2014 : la présentation officielle de la nouvelle organisation de POPAI France, l'élection des membres du bureau et du Président, Philippe Ecran.

### POPAI France, 4 entités distinctes pour une offre clarifiée

Qu'est-ce que POPAI ? Est-ce que cette appellation - américaine - est reconnue en France ? C'est à partir de cette réflexion des membres du bureau français qu'un cabinet conseil a mené une enquête auprès des fabricants, annonceurs et « digitaux » adhérents. Le diagnostic révèle une image ambivalente :

- POPAI est une référence dans son domaine et bénéficie d'une forte valeur de marque. Son nom résonne dans la profession, en France et à l'international.
- Mais, l'étendue des missions et actions de POPAI n'est pas assez connue ou bien identifiée. POPAI est pourtant le point de ralliement de la profession avec un éventail complet de services et d'expertises.

Pour affirmer sa vocation de soutenir et faire évoluer la filière du marketing en point de vente, POPAI France a réorganisé son activité en 4 entités distinctes :



DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DU MARKETING POINT DE VENTE	REPRÉSENTATION DES PRODUCTEURS DE SOLUTIONS DE MARKETING POINT DE VENTE	PLACE DES TENDANCES DU MARKETING POINT DE VENTE	LES MEILLEURES RÉALISATIONS MARKETING POINT DE VENTE
<p><b>Adhérents :</b> utilisateurs de solutions MPV</p> <p><b>Publics :</b> utilisateurs de solutions MPV, sociétés d'études, agences de com.</p> <p><b>Missions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche / Prospective</li> <li>• Promotion / Formation</li> <li>• Information / Communication</li> </ul> <p><b>Actions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etudes</li> <li>• Organisation d'événements</li> <li>• Relations presse</li> <li>• Echanges de bonnes pratiques</li> <li>• Edition de guides référentiels</li> <li>• Veille marché</li> </ul>	<p><b>Adhérent :</b> fournisseurs de solutions et partenaires</p> <p><b>Publics :</b> fournisseurs de solutions et partenaires</p> <p><b>Missions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protection des droits des affiliés</li> <li>• Valorisation du métier</li> <li>• Représentations</li> </ul> <p><b>Actions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déontologie, CDU, charte</li> <li>• Représentation auprès des pouvoirs publics et médias</li> <li>• Propriété intellectuelle</li> <li>• Eco-conception, RSE</li> <li>• Développement Durable</li> <li>• Normes de sécurité</li> </ul>	<p><b>Publics :</b> ensemble des acteurs du MPV</p> <p><b>Missions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en relation des acteurs du marché</li> <li>• Donner de la visibilité aux tendances</li> </ul> <p><b>Actions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expositions</li> <li>• Animations</li> <li>• Contenus, conférences, référentiels</li> <li>• Veille marché</li> </ul>	<p><b>Publics :</b> ensemble des acteurs du MPV</p> <p><b>Missions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoriser le dynamisme du MPV</li> <li>• Présenter les meilleures réalisations dans les secteurs</li> <li>• Récompenser</li> </ul> <p><b>Actions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposition physique des matériels</li> <li>• Soirée de gala / remise des prix et networking</li> </ul>

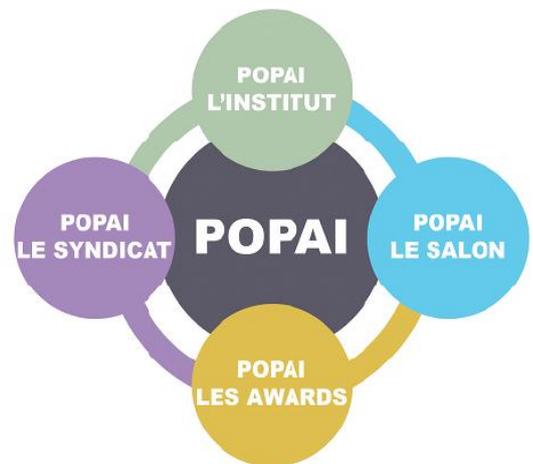
## POPAL France, référence et plateforme d'échanges

Avec la définition plus claire de ses missions et l'identification graphique de chacune de ses entités, POPAI France vise deux objectifs principaux :

- **Lisibilité** : afficher plus clairement l'évolution du périmètre d'actions de POPAI qui suit celle du marché. Partie de la Publicité sur le Lieu de Vente, la profession englobe dorénavant toutes les disciplines du Marketing au Point de Vente.
- **Visibilité** : renforcer la dimension de plateforme d'échanges de la filière en rassemblant tous les acteurs du marché. Les objectifs sont de toucher les décideurs, aider au développement des nouveaux adhérents, accroître l'empreinte numérique de l'association, fédérer la communauté du MPV et accompagner son développement.

Avec sa nouvelle organisation, POPAI France franchit une étape majeure de son histoire qu'elle a débuté dans les années 80. Elle établit clairement ses champs d'intervention, elle se dote d'une nouvelle image graphique et professionnalise son image.

Le site Internet est en cours de refonte pour matérialiser la nouvelle structure de POPAI. Il deviendra le portail regroupant distinctement chacune de ses entités.



### VOUS SOUHAITEZ INTERVIEWER UN REPRESENTANT POPAI FRANCE ? VOUS SOUHAITEZ PLUS D'INFORMATIONS ?

#### • Contact presse CommLC :

Catherine Lebé, Marie-Laure Le Gallo  
[clebee@commLC.com](mailto:clebee@commLC.com), [mlegallo@commLC.com](mailto:mlegallo@commLC.com)  
Tél. : 01 34 50 22 36

#### • Contact POPAI France :

Eric Carabajal – Directeur  
[ec@popai.fr](mailto:ec@popai.fr), Tél. : 01 73 79 13 78

• Salle de Presse : [www.commLC.com/popai](http://www.commLC.com/popai)

• POPAI France : [www.popai.fr](http://www.popai.fr)

• POPAI Global : [www.popai.com](http://www.popai.com)

POPAL France – ESSCA Entreprendre : 56 quai Alphonse Le Gallo 92100 Boulogne-Billancourt, France  
POPAL – The Global Association of Marketing at Retail : brands, POP manufacturers, digital signage professionals, etc.

#### *A propos de POPAI*

POPAL (Point of Purchase Advertising International) est la seule association dans le monde représentant tous les professionnels du marketing au point de vente : marques, distributeurs, fabricants de PLV ou digital media, sociétés d'études. Elle est implantée dans 40 pays sur les 5 continents et fédère plus de 1 700 membres.

En France, POPAL est structuré en 4 entités : POPAL l'institut, POPAL le syndicat, POPAL le salon et POPAL les awards. Avec 110 adhérents, POPAL France représente 80% des PLVistes du marché.

Les missions de POPAL sont de promouvoir le marketing au point de vente ; d'accompagner ses membres dans le développement et l'utilisation des outils disponibles ; de les aider à anticiper les évolutions techniques et sociétales.