

COMMUNIQUE DE PRESSE

NOUVEAU - EN AVANT PREMIERE SUR LE SALON MPV

POP **FRANCE** **LANCE** **SON** **CRI** **LE** **CONNECTED** **RETAIL** **INCUBATOR**, **UN** **INCUBATEUR** **DE** **START-UP**

POP **France** lance le **Connected Retail Incubateur (CRI)**, une structure dédiée aux start-up spécialisées dans les systèmes connectés pour le retail et la distribution.

Avec le **CRI**, **POP** **France** veut soutenir l'innovation dans le marketing au point de vente et donner aux jeunes entrepreneurs des opportunités de business.

Sur le salon du Marketing Point de Vente, du 5 au 7 avril prochain Porte de Versailles, **POP** **France** présente en avant première le **CRI** et reçoit sur son stand les start-up d'ores et déjà adhérentes.

Systèmes connectés en points de vente, outils de gestion et de captation, applications mobiles, sites Internet... Les start-up rivalisent d'ingéniosité pour mettre au point des technologies au service de l'expérience client.

En créant le **CRI**, **Connected Retail Incubator**, **POP** **France** soutient ces jeunes entreprises à fort potentiel de développement et accompagne l'évolution digitale du marketing point de vente.



Le CRI, une opportunité de business

La vocation du **Connected Retail Incubator** est de mettre en relation de jeunes marketeurs avec les adhérents **POP** **France** que sont les fabricants, marques et distributeurs. L'intérêt mutuel des adhérents du **CRI** et de **POP** **France** est le partage de compétences, l'apport de solutions digitales high tech pour les uns et l'apport de business pour tous. L'enjeu pour le marché du marketing point de vente est l'innovation, l'emploi, la compétitivité et la performance économique.

Facilitateur de projet, le **CRI** met à la disposition des start-up adhérentes tous les leviers favorables à leur développement :

- Mise en relation avec les donneurs d'ordre parmi les adhérents **POP** **France** qui représentent 90% des acteurs du marketing point de vente.
- Opportunités de partenariat et d'échanges de service avec les entreprises adhérentes (hébergement de la start-up, mise à disposition de l'expertise des services internes de l'entreprise...)
- Tarifs d'adhésion minorés et progressifs les 3 premières années
- L'adhérent au **CRI** devient de fait membre de **POP** **France** et accède à l'ensemble des services et formations proposés par l'Institut.

Critères de sélection des start-up

L'adhésion au **CRI** répond à des critères précis et est soumise à un comité de sélection :

- entreprise de moins de 3 ans
- création originale
- le(s) créateur(s) doit être le(s) dirigeant(s) et l'exploitant(s)
- viabilité du business plan

Le Comité de Sélection, constitué de représentants du bureau POPAI France, des pouvoirs publics et d'universitaires, étudiera les dossiers présentés le 15 mars prochain. Les start-up retenues seront présentes à l'espace POPAI au centre du salon.



« Comme dans beaucoup d'autres secteurs, notre profession est impactée par la digitalisation de l'économie. POPAI France se devait d'apporter sa contribution à cette évolution, en aidant les jeunes entreprises innovantes à valoriser leurs idées et savoir-faire. En créant le CRI, nous donnons l'occasion à cette nouvelle génération de marketeurs de rencontrer des professionnels installés sur le marché du MPV et développer des projets communs. Pour ces raisons et le vivier potentiel de nouvelles idées et technologies que représentent ces start-up, le CRI bénéficie d'une forte mobilisation des administrateurs et de nos adhérents »,
Philippe Ecran, Président de POPAI France.
 @philippecran



« Etape incontournable dans l'évolution du retail et de la distribution, les outils digitaux – s'ils sont bien utilisés – permettent d'attirer les consommateurs dans les points de vente et de créer l'expérience client. Pour accompagner l'évolution du marché, POPAI France soutient les acteurs de la digitalisation et veut être une source d'innovation pour ses adhérents. Le CRI vient donner un coup de pouce aux jeunes entrepreneurs en leur faisant bénéficier de notre expertise et de notre réseau »,

Maurice Mouchel, Administrateur de POPAI France, en charge du développement du CRI.

Prochains grands événements POPAI France

POPAL Le SALON

Salon du Marketing Point de Vente
 Les 5, 6, 7 avril 2016
 Paris, Porte de Versailles, Pavillon 4

POPAL Les AWARDS

Exposition des matériels : les 5, 6, 7 avril 2016
 Paris, Porte de Versailles, Pavillon 4

Soirée de remise des prix : le 16 juin 2016 (Paris)



DÉVELOPPEMENT
 ET PROMOTION
 DU MARKETING
 POINT DE VENTE

L'ASSOCIATION
 PROFESSIONNELLE
 DES PRODUCTEURS
 DE SOLUTIONS
 DE MARKETING
 POINT DE VENTE

PLACE
 DES TENDANCES
 DU MARKETING
 POINT DE VENTE

LES MEILLEURES
 RÉALISATIONS
 MARKETING
 POINT DE VENTE

**VOUS SOUHAITEZ INTERVIEWER
 UN REPRESENTANT POPAI FRANCE ?
 VOUS SOUHAITEZ + D'INFORMATIONS ?**

VOTRE CONTACT PRESSE COMMLC :
 Catherine Lebee, Marie-Laure Le Gallo
 clebee@commlc.com, mlegallo@commlc.com
 Tél. : 01.34.50.22.36

VOTRE CONTACT POPAI FRANCE :
 Eric Carabajal - Directeur
 ec@popai.fr - tél. : 01.73.79.13.78

Popai France : www.popai.fr
 Popai Global : www.popai.com
 Salle de presse :
www.CommLC.com/salle-de-presse/popai

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

A PROPOS DE POPAI : POPAI (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, POPAI est structuré en 4 entités : POPAI l'Institut, POPAI le Syndicat, POPAI le Salon et POPAI les Awards. Avec 110 adhérents, POPAI France représente 80% des PLVistes du marché. Les missions de POPAI 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.

