



Club Marketing at Retail 2008

Petit Déjeuner Présentation 22 janvier 2008

Animé par :

Mr Pierre Alain Weill – Président POPAI France.

Jean Marc Megnin – Animateur Club Marketing at Retail POPAI France.



L' Association Popai International .

- *POPAL est la seule association destinée uniquement à servir les intérêts des annonceurs, distributeurs, créatifs/producteurs travaillant dans le domaine du marketing au point de vente.*
- *Fondée en 1936 aux États-Unis et en 1988 en Europe, l'association aide ses membres à utiliser tous les outils du marketing point de vente de manière efficace. Elle réalise des études et propose des programmes de formation continue.*

Popai France ?

- *L'Association Popai Internationale est représentée en France par l'Institut Français de la Communication et de la Publicité sur le Lieu de Vente.*
- *A ce titre, l'IFCPLV est productrice en France du Salon Marketing Point de Vente et des Euro Popai Awards.*
- *Moins connues dans ses activités, l'IFCPLV est également producteur de Séminaires, Formations, Etudes, Cercles de Réflexion et Groupes de travail, Voyages d'études, Concours « jeunes espoirs de la PLV, site portail et newsletter professionnelle ».*



Janvier 2008 ... Popai France
s'ouvre aux Annonceurs en créant
le Club Marketing at Retail .

The logo for POPAI (Professional Organisation of Purchasing and Advertising Industry) is located in the top left corner. It consists of the word "POPAI" in a bold, yellow, sans-serif font, enclosed within a dark blue rectangular border. Below this, the text "CLUB MARKETING AT RETAIL" is written in a smaller, dark blue, sans-serif font. A yellow horizontal bar is positioned directly beneath the text.

POPAI

CLUB MARKETING AT RETAIL

Un **Club** affinitaire d'échange et de
Réflexion pour ... et par ... les Acteurs
décisionnaires de **Grands Comptes**
Annonceurs utilisant l'ensemble des
techniques du **Marketing** sur le lieu de
vente.

Les objectifs du Club :

- *Créer un réseau relationnel riche et « nourrissant » entre les membres du Club d'une part, et avec le bureau du Popai France et international d'autre part.*
- *Faire bénéficier à des annonceurs l'ensemble des outils créés par le POPAI et à disposition de ses membres (les membres du Club devenant par le fait membre du POPAI).*
- *Mutualiser budgets et création d'outils sur une assiette large de professionnels .*
- *Intégrer des annonceurs leaders au sein de Popai international... comme partout dans le monde.*

Témoignage Membres Popai International :



« Bonjour, je m'appelle Frank HOECKX et je travaille comme Instore Promotion Manager pour LU Belgique.

Depuis plusieurs années, LU est membre Popai et je m'engage personnellement dans leur organisation.

Popai France m'avait demandé d'être présent pendant ce petit déjeuner pour vous parler des avantages de ce type de partenariat pour LU.

Etant en vacances actuellement, je vous les fait parvenir par cette petite présentation.

Bonne réunion et à bientôt j'espère. » Frank



Pourquoi adhérons nous à Popai ... ?

- *Popai augmente notre connaissance sur l'Instore Communication & le Shopping Behaviour par ...*



- ... l'info sur tous les événements du domaine POS :
 - News-letter
 - Invitation personnelles
- ... l'organisation professionnelle de séminaires pertinents.
- ... l'accès libre à la bibliothèque Popai où nous trouvons.
 - plein d'inspiration
 - les comptes rendus de toutes les études Popai



- ... *l'élargissement du Networking dans :*
 - *Les séminaires*
 - *Les réunions de membres*
 - *Les initiatives de chacun de nos membres au bénéfice du collègue.*

- ... *la consultation du POPAI dans nos études de marché concernant les actions POS.*
 - *Avis d'experts, base de données juridiques ...*

- ... *l'effectuation de nos études in store « taylor made »*
 - *Délégation de pouvoirs ...*

- *et par ...*



- *L'opportunité de pouvoir fêter avec nos partenaires nos résultats, nos échanges, et notre bonne collaboration !*





Tot ziens au Salon POP 2008 !*

** à bientôt au Salon Marketing point de vente 2008.*



Témoignage Membres
Popai International :
Nick Wilddowson –
Unilever UK

- *« pour moi en tant que marque, il est important que l'exécution de nos actions Marketing au Point de Vente, soient meilleures que celles de nos concurrents.*
- *Pour cela nous devons nous assurer que nous sommes au mieux informés, que nos équipes soient plus expérimentées et mieux formées à ces techniques.*
- *Popai nous offre la possibilité de nous tenir au courant des tendances, des innovations en terme de techniques et de matériel de communication au point de vente par le biais de stages, de réunions, de conférences, ou de séminaires.*



Témoignage Membres Popai International : Nick Wilddowson – Unilever UK

- *C'est aussi la possibilité de se constituer un réseau de confrères et de partenaires.*
- *Le Club Marketing at Retail qui réunit les annonceurs marques ou distributeurs permet d'entendre les exposés de nos homologues. Cela donne une vision de ce qui se fait sur d'autres marchés et d'échanger nos « best practices ».*
- *Cela nous donne une idée pour créer des opérations différentes en magasin. A titre personnel cela enrichit notre connaissance du métier.*
- *L'échange avec le collège des sociétés de PLV nous donne l'occasion de rencontrer des partenaires potentiels et de nous faire une idée sur ce type de services, même si les règles de l'organisation leur interdisent de se servir des réunions au sein du Popai pour une approche commerciale directe.*

- *« En résumé l'adhésion au Popai est capitale pour les marques afin de se tenir toujours informé des dernières tendances et des innovations du marketing au point de vente de la PLV et du Digital Media »*
- *Nick Wilddowson pour le Club Marketing at Retail France.*
 - *Direction Merchandising Unilever UK.*



Les avantages liés au Club Marketing at Retail du Popai

I / Entre membres du club, avec le soutien du Popai et de l'UDA :

- *Echanger entre professionnels et s'informer mutuellement et en toute confiance :*
 - *Efficacité technique de PLV, Promotion, Digital Media, Merchandising « visuel », arrivée nouvelles technologies ...*
 - *Opérations best practice de chaque société membre,*
 - *Tendances marchés et études,*
 - *Législation et Développement durable,*
 - *Évolutions nouvelles technologies dans la PLV et problèmes liés (droits, licences ...),*
 - *Évolutions du comportement consommateur vs Marketing at Retail et process de décision d'achat,*
 - *Créer des outils, baromètres, études, etc ... en mutualisant les moyens,*
 - *Échanger via Popai International.*

- *Organiser entre membres du Club Marketing at Retail :*
 - *3 à 4 fois par an un séminaire (petit déjeuner ou ½ journée) :*
 - *Vous informer et faire le point sur*
 - *relations Popai / Club,*
 - *recrutement (et accueil) nouveaux membres Club, notamment via le Salon Marketing au Point de Vente Avril 08.*
 - *Présentation par 4 membres du Club de leurs propres stratégies et best practices Marketing at Retail.*
 - *Déplacements professionnels en commun sur événements Européen ou internationaux :*
 - *Euroshop Düsseldorf / Global Shop ...*
 - *Diners à thème avec Intervenants extérieurs.*
- *En vous appuyant sur les structures et bureaux Popai France et international.*

2 / Entre le Club et le Popai France

:

- *Echanger en toute « neutralité » avec les membres de Popai France, et les autres collègues :*
 - *Sociétés de PLV et de Marketing Point de Vente, Digital Media, institutionnels, et les prestataires partenaires.*
 - *Définir avec les professionnels les bonnes pratiques : législation, administratif, international, déontologie, rémunération (création, maquettes ...), finalisation de guides de bonnes pratiques (ex. relation annonceurs UDA IFCPLV).*
 - *Développement durable, recyclage matériel PLV, etc ...*
 - *Montée en puissance nouvelles technologies, Digital Media...*



- *D'être spectateur et « acteur » privilégié sur le prochain salon Marketing at Retail Popai et des Euro Popai Awards 08.*
 - *Pack invités VIP avec accès au carré VIP pour RDV, information détente et cocktails...*
 - *Accueil privilégié et communication des contenus (exclusifs) des conférences de l'Agora.*
 - *Juré d'honneur au concours Européen des Popai Awards 08, et à cette occasion de voir, toucher, étudier dans des conditions privilégiées des 400 best practices européens exposés. Invitation Cocktail annonces des prix.*
 - *Tarifs privilégiés pour présentation de votre propre matériel au Euro Popai Awards, et participation à la soirée de Gala de remise des trophées.*

- De bénéficier comme tous membres de Popai France de l'action et des avantages du Popai :
 - Code d'accès site Popai France.
 - Informations via news-letter Popai France.
 - Formation professionnelle* et Atelier d'information à Thème*
 - Développement Durable, Normes sur matériels point de ventes, l'Atelier des Couleurs, Digital Média
 - Programmes 2008 à venir.

- D'avoir accès gratuitement ou à tarif privilégié aux études de Popai France et aux Etudes des autres bureaux Popai International à travers le monde.
 - Étude « white paper on the Marketing at Retail Initiative MARI – Sheridan consulting »
 - Étude impact PLV

- Et pourquoi pas ... devenir membre du bureau par le process d'élections internes IFCPLV.
 - (*avec tarif et accès privilégiés)



3 / Entre le Club et Popai International



- De bénéficier du réseau global des membres annonceurs de Popai à travers le monde :
 - Connaître et rentrer en contact avec vos homologues dans ces pays.
 - Organisation de rencontres, séminaires avec homologues et membres collègues annonceurs autre pays Popai.
 - Accéder à de l'information sur les pratique de la distribution à travers le monde.
 - Informations sur les réalisations de matériel dans les différents pays grâce à la Banque de Données des concours Popai Monde



CLUB MARKETING AT RETAIL



- Avoir un code d'accès à la partie réservée du site web portail « popai global » :
 - Galeries photos des dix dernières années du concours américains.
 - Liens avec autres pays
 - Études et BDD
 - Librairies en ligne avec accès (gratuit ou à prix préférentiel) à des documents, fiches, études, statistiques etc
 - Recevoir la lettre économique quotidienne « smart brief » du marketing point de vente Popai USA.

POPAI

CLUB MARKETING AT RETAIL



Bienvenue dans le
« *beautiful world of Popai* » .

Les premiers grands Rendez Vous du Club Marketing at Retail 2008 :

- *Confirmation de votre adhésion*
- *Paris Avril 2008 Salon du Marketing at Retail :*
 - *Jurés / pack VIP / cocktail Euro Popai Awards et carré VIP.*
- *Rendez Vous Petit déjeuner Club :*
 - *Mai :*
 - *debrief Salon Paris + Global Shop + Digital Media Londres.*
 - *Programme définitif du Club 2008 : voyages / congrès / programme petit déjeuners et animateurs « best practices ».*
 - *Septembre : best practices et actualités.*
 - *Novembre : best practices et actualités.*
- *A étudier :*
 - *Déplacement groupé Salon Etranger et accueil Popai local.*
 - *Conférences intervenants extérieurs pour les membres Popai.*