



Wie versprochen heute ein Artikel über die Messe POPAI Le Salon, Marketing au Point de Vente in Paris im April 2016.

Diese Messe findet alle 2 Jahre statt, wird durchgeführt von Reed Exhibitions. Wen es interessiert:

Reed Exhibitions Ltd. ist der weltweit größten Veranstalter von Messen, Ausstellungen und Kongressen. Reed Exhibitions gehört zu Reed Elsevier, dem fünftgrößten Medienkonzern der Welt, börsennotiert in Amsterdam, London und New York.

In Frankreich kooperiert Reed seit vielen Jahren mit dem Verband POPAI France und stellt dort den alljährlichen POPAI Award und alle zwei Jahre diese Messe auf die Beine.



Wirklich klein ist die Messe nicht mehr - kommt sie doch schon fast an die Besucherzahlen einer Global Shop in den USA heran. Die Zahlen aus 2016 liegen uns noch nicht vor, aber die Ergebnisse aus 2014 waren trotz der EuroShop im gleichen Jahr sehr gut.

Das Besondere an der Messe ist nicht nur, dass fast alle bedeutenden Displayunternehmen aus Frankreich dort konsequent ausstellen, sondern dass auch die POPAI Awards in Paris dort ausgestellt werden.





Auch begeistert waren einige Kosmetikdisplays aus veredelter Pappe. So zum Beispiel der Präsentationscounter für Dior.



Nur Pappe – atemberaubend!

Franzosen können Kosmetikdisplays aus allen Materialien, aber eben auch ausschließlich aus Pappe:



Das Highlight aus Pappe für mich – ein Display, das nicht nur ein klasse Platzierungsinstrument ist, sondern auch eine Marke mit Storytelling und Markenwelt erlebbar kommuniziert: Ein Riesensbuch für den POS, zum Anfassen, Erleben, Fühlen und Bewegen.

Soweit ein erster Eindruck von mir aus Paris, mehr von den nominierten POS Platzierungen der 44 Kategorien später in dieser Woche.