



Communiqué de presse
17 juin 2009

<p>Pack & Gift 2009 : succès réitéré pour cette 2^{ème} édition Nombre de visiteurs en hausse – Concept bien fondé</p>
--

La 2^{ème} édition de Pack & Gift, salon de l'emballage événementiel et promotionnel a fermé ses portes le 4 juin dernier sur une note très positive.

Le salon a connu une progression du nombre de ses visiteurs de 8.6%, pour s'établir à 2589 (versus 2384 l'an dernier).

Des exposants et visiteurs parfaitement ciblés

La répartition des exposants a permis de répondre à un large éventail de préoccupations des visiteurs : Solutions emballages (58 %), Objets promotionnels (14.5 %), Finition, décoration, impression, étiquettes (11 %), Agences de design (5 %), Rubans, tissus, accessoires (5 %), Autres (mousses, PLV, conditionneurs à façon, services) (6.5 %).

Les visiteurs qui se sont pressés aux portes du hall 5.1 les 3 et 4 juin, sont issus de secteurs d'activité divers : l'alimentaire, les boissons et alcools, la parfumerie/cosmétique, les instruments d'écriture mais aussi les loisirs/jouets, l'horlogerie/bijouterie, l'électronique grand public, les tabacs, la mode.... Tous les niveaux de gamme de marché étaient représentés, de la grande consommation au luxe.

Le profil spécifique des visiteurs caractérise Pack & Gift et en explique en partie le succès : directions générales d'une part et responsables promotion, marketing et communication d'autre part des marques et agences.

Des interventions et expositions remarquées

Le cycle de conférences et les expositions ont rencontré un franc succès. A noter :

◆ L'intervention de l'invitée d'honneur, Agatha Ruiz de la Prada fut tout particulièrement remarquable. Personnage haut en couleurs, dont le parcours professionnel est jalonné d'expériences de séries limitées, collectors et autres éditions spéciales, elle a exposé simplement le travail qu'elle réalise pour les marques, et son double enjeu : restituer fidèlement l'ADN de la marque, tout en y apportant sa créativité.

◆ Vitrine riche et éclectique des innovations durables des exposants, « Pack & Green » apportait aux visiteurs information et inspiration. Le packaging événementiel et promotionnel a su intégrer la demande « verte » des marques, « Pack & Green » en est une illustration réussie.

Un concept bien fondé

Le concept inédit de ce jeune salon confirme son bien fondé; il est l'unique occasion pour les responsables marketing et de promotion des marques, de construire en un même lieu, les offres événementielles qui soutiendront leurs ventes.

Réactivité et créativité sont les atouts de Pack & Gift ; il propose tous les ingrédients de la réussite : fournisseurs rompus aux exigences et contraintes spécifiques des séries limitées, contenus informatifs et inspiration.

Pour beaucoup porteurs de projets court terme, les visiteurs ont rencontré des fabricants non pas généralistes mais spécialistes de l'emballage événementiel, proposant des gammes dédiées.

Cette adéquation de la rencontre pertinente entre marques et fabricants explique le succès du salon.

La taille humaine du salon a en outre, favorisé les échanges et les affaires, dans une atmosphère à la fois professionnelle et détendue.

Le rendez-vous est pris pour la 3^{ème} édition, les 2 & 3 juin 2010, Porte de Versailles, Hall 5.1.

IDICE est organisateur de salons et événements professionnels : Luxe Pack Monaco, Luxe Pack New York, Luxe Pack Shanghai, Pack&Gift, FIP et Go Plast.

IDICE fait partie du groupe ETAI, un des principaux groupes d'information professionnelle en France, employant 700 collaborateurs en France et à l'étranger.

Contact Presse : IDICE MC

Maryvonne LANTERI

Tel : 00 377 97 77 85 60

Mobile : 06 73 67 17 91

Email : mlanteri@idice.mc

www.packandgift.com

Pack & Gift