

Thema 4e editie Paris Retail Week:

Smart Phygital

De Paris Retail Week, het Europese vakevenement voor 360° (e)retail, vindt dit jaar plaats van 10 t/m 12 september in hal 1 van het beurscomplex Paris Expo Porte de Versailles. Tijdens deze vierde beurseditie maakt de vakbeurs Equipmag onderdeel uit van de Paris Retail Week en worden in dit kader de laatste noviteiten en uitdagingen voor winkelinrichting en -equipment gepresenteerd. Alle professionals uit de sector komen bijeen en treffen in Parijs een compleet retailoverzicht van A tot Z, rondom het thema Phygital: een globaal en agile ecosysteem voor de retail.

Smart Phygital, terug naar de essentie

In 2017 ging de aandacht van de Paris Retail Week uit naar Live Retail, authentieke en humane retail. Vandaag de dag gaat deze trend nog een stapje verder. De consument is steeds meer connected, alert, geïnformeerd en keert terug naar de basis: een zoektocht naar betekenis en waarde. Het inkoopproces (en niet meer het inkopen zelf) is van belang: de positionering, het gevoel en de waarden van een merk zijn even belangrijk als het product zelf. De AI en nieuwe technologieën zijn noodzakelijk voor retailers om in te spelen op de behoeften van klanten: fluiditeit, beleving en ultra-persoonlijkheid in tegenstelling tot algemene, gestandaardiseerde en groepsberichten.

Retailers hebben dit goed begrepen en creëren winkels waarin de klant zich 'thuis' voelt. Er wordt rekening met de ecologische voetafdruk bij het optimaliseren van hun bevoorrading. Ambachtslieden zijn de nieuwe uitblinkers van deze markt en data worden gebruikt voor een vertrouwelijke benadering van de consument.

De winkel wordt in een nieuwe jasje gestoken en keert eveneens terug naar de essentie: de beleving. Vanzelfsprekend vormt equipment hiervoor de basis en is aangepast meubilair noodzakelijk voor een geslaagde winkelbeleving. Niet de winkelinrichting maar de context laat beleven! Digitalisering leidt tot een nog completere en nuttige inkoopervaring die is afgestemd op persoonlijke behoeften (dankzij data) en concrete waarde toevoegt, met name voor de service. Dankzij digitalisering kunnen winkels de aankoop humaniseren: CRM systemen bieden de mogelijkheid om het aanbod te personaliseren, aan de hand van tablets kunnen verkopers elke vraag van klanten beantwoorden, de transactie wordt onzichtbaar, click & collect brengt het on- en offline aanbod samen.

Gedurende drie beursdagen verwelkomt de Paris Retail Week nationale en internationale specialisten om te analyseren en debatteren rondom dit nieuwe paradigma. De plenaire conferenties behandelen het thema Smart Phygital vanuit verschillende invalshoeken.

Paris Retail Week: het trefpunt voor ervaringsgerichte en connected retail

Sinds drie beursedities heeft de Paris Retail Week zich neergezet als een uniek vakevenement voor de retailsector. Tijdens de 2018-editie wordt de complete waardeketen voor 360° retail gepresenteerd: nieuwe distributiemodellen, inrichting en ontwerp, de consumentenroute, web-to-store et store-to-web, CRM, omnichannel, shopper marketing, agile logistiek, etc. 40.000 professionals en 800 deelnemende bedrijven (exposanten, deelnemers aan de conferenties, partnerorganisaties) worden in Parijs verwacht.

Professionals uit de retailbranche kunnen op de Paris Retail Week terecht voor een innovatief aanbod op het gebied van:

- ✓ IT For Commerce
- ✓ Retail Tech / Digital in Store
- ✓ Lay out / Equipment
- ✓ Betalingsystemen
- ✓ Marketing, Data en Klantrelaties
- ✓ Logistiek, e-logistics en Supply Chain

Naast het aanbod van exposanten, verwelkomt de Paris Retail Week eveneens een Start-Up ruimte voor nieuwe bedrijven die de meest innoverende oplossingen presenteren, evenals een Training & Innovatie Village Club.

Met ruim 820 geplande afspraken in 2017, worden de Business Meetings ook dit jaar georganiseerd. Voorafgaand aan de beurs worden deze gesprekken tussen exposanten en professionals met projecten gepland.

"De vooruitzichten van de aankomende editie van de Paris Retail Week zijn uiterst positief, met een bijzonder compleet programma bestemd voor alle professionals. Zij vinden er de beste oplossingen van leveranciers met de Solutions Workshops, ontdekken de laatste noviteiten en markttrends, informeren zich dankzij keynotes door gerenommeerde retailers, leren dankzij de 'Academies' van webgiganten... De Paris Retail Week vormt een unieke gelegenheid voor het ontmoeten van alle spelers uit de snel ontwikkelende retailbranche. Wij kijken er naar uit om van start te gaan met deze 2018-editie! », verklaart Arnaud Gallet, de nieuwe beursmanager van Paris Retail Week.

De parels van morgen ontdekken

Parijs is een inspirerende stad waar retailers niet stilstaan maar voortdurend nieuwe concepten en unieke settings ontwikkelen. Parallel aan de vakbeurs, organiseert de vakbeurs drie Paris Retail Tours naar diverse Parijse retailconcepten, geselecteerd vanwege hun innovatieve karakter, de toepassing van nieuwe technologieën en onderscheidende inrichting of design.

De gerenommeerde Paris Retail Awards belonen de beste innovaties. Dankzij deze prijzen krijgen de winnaars meer naamsbekendheid en wordt de inzet van het team beloond. Meerdere prijswinnaars van de voorgaande edities ontvingen bovendien financiële of menselijke middelen dankzij hun prijzen. Tenslotte richt de prijs Rookie Of The Year de schijnwerpers op drie 3 start-up finalisten, die hun projecten pitchten waarna het publiek een stem zal uitbrengen. De prijsuitreiking van deze Awards vindt plaats tijdens de beurs, op maandag 10 september.

De aankomende editie van de Paris Retail Week ziet er veelbelovend uit, met volop inspiratie voor alle professionals uit de retailbranche, die op de beurs terecht kunnen voor het vinden van kennis, innovaties, business en ontmoetingen.

Over Comexposium:

De groep COMEXPOSIUM is een toonaangevende internationale organisator van evenementen en is betrokken bij 170 BtoC en BtoB evenementen in 11 activiteitensectoren, variërend van voedingsmiddelen, landbouw, mode, digitalisering, beveiliging, bouw, high-tech, optiek tot transport. COMEXPOSIUM verwelkomt jaarlijks 45.000 exposanten en meer dan 3 miljoen bezoekers uit 26 landen wereldwijd. COMEXPOSIUM ontwikkelt zich op internationaal niveau en wordt vertegenwoordigd in ongeveer 30 landen: Algerije, Argentinië, Australië, België, Brazilië, Canada, China, Duitsland, India, Indonesië, Italië, Japan, Korea, Monaco, Nederland, Nieuw-Zeeland, de Filipijnen, Qatar, Rusland, Singapore, Spanje, Thailand, Turkije, de Verenigde Arabische Emiraten, Verenigd Koninkrijk, de U.S.A.

www.comexposium.com

PARIS RETAIL WEEK #ParisRetailWeek
10 t/m 12 september 2018
Paris expo Porte de Versailles – hal 1
800 exposanten – 40 000 professionals
350 top-sprekers - 3 store tours- 11 prijzen
www.parisretailweek.com

Toegangsbadges voor bezoekers zijn gratis online aan te vragen via www.parisretailweek.com
t/m 7 september 2018

Toegangsbadges ter plekke bedragen 50€ incl.

Noot voor de redactie

Dit is een persbericht van Promosalons Nederland, de Nederlandse vertegenwoordiging van de Franse vakbeurzen, Tolstraat 127, 1074 VJ Amsterdam, tel. 020-4620020, e-mail info@promosalons.nl. Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen: Coen Rosdorff en Marjolein Rienderhoff (bezoekers/persinformatie) of Cynthia Kuijper, Alex Venderbos en Jean Butler (deelnemersinformatie).

Op www.parisretailweek.com kunt u terecht voor het downloaden van de laatste persberichten, persdossiers, nieuwsbrieven, marktschetsen, foto's en logo's.

