

**PARIS  
RETAIL  
WEEK**

**10. 11. 12 \_  
SEPT 2018**

—  
**PARIS EXPO  
PORTE DE  
VERSAILLES  
PAVILLON 1**

**PARIS  
RETAIL  
WEEK**

*Paris Retail Week 2018: de opkomst  
van de phygital commerce  
Groot nieuws voor 2019.*



**Persbericht**  
Parijs, 19 september 2018

***Na drie dagen in het teken van smart phygital, was 12 september de laatste dag van de 4e editie van de Paris Retail Week. Tijdens ontmoetingen bij stands, conferenties, keynotes en de uitreiking van de Paris Retail Awards, hebben professionals uit de detailhandel ervaringen uitgewisseld over de nieuwste trends in de detailhandel, die zichzelf telkens opnieuw uitvindt. Het was bovendien de gelegenheid voor beursorganisator Comexposium om zijn ambities voor de Paris Retail Week 2019 aan te kondigen en de lancering van een nieuw One to One-evenement voor beslissers in Retail Design en klantervaring: One to One Retail Design & Tech.***

**KERNGEGEVENS PARIS RETAIL WEEK 2018**

- **34.895 professionals**
- **meer dan 700 exposanten en 436 sprekers**
- **optredens van belangrijke spelers: FEVAD, Amazon, Google, Facebook, Alibaba, JD.com, Fnac, Adidas, Etam Group, Monoprix, Rakuten, Intersport, Wonderbox, C. Discount, La Fourchette, La Redoute, Eram Group, Rue du Commerce, Saguez & Partners, etc.**
- **18.340 conferentiedeelnemers**
- **1184 afspraken voortkomend uit business meetings**
- **10 uitgereikte awards**
- **twee Paris Retail Tours langs innovatieve winkels in de hoofdstad**
- **#Paris Retail Week trending topic op 11 en 12 september**

## **Smart phygital: de nieuwe trend bij modern zakendoen**

Deze 4e editie van de Paris Retail Week heeft fysieke en online retailers samengebracht. *'Onder het motto Smart Phygital hebben bijeenkomsten en debatten aangetoond dat de scheidslijn tussen fysiek en digitaal is vervaagd. De kern van de nieuwe trends is dat hyperempathy echt een commercieel issue wordt,'* zegt Arnaud Gallet, directeur van de Paris Retail Week. Door de gepresenteerde oplossingen, feedback en getuigenissen heeft het belangrijkste retailevenement van dit najaar dit duidelijk aan het licht gebracht.

Zo is het tegenwoordig mogelijk om elk object digitaal te personaliseren (3D-printen, ingraveren, etc.) en om steeds persoonlijker winkelervaringen te hebben. **Van het aankoopproces tot het dagelijks leven**, consumenten zijn op zoek naar ondersteuning voor meer gemak en comfort. Daarnaast is er een gat in de markt ontstaan voor alle typen persoonlijke assistentie, op het web, in de winkel en nu ook thuis. Door de inzet van NLP-technieken (Natural Language Processing), zijn stemassistenten tegenwoordig intelligent, anticiperen ze op onze verlangens en wensen, en maken ze ons dagelijks leven gemakkelijker. De aanwezigheid van de robot Tiki van Event Bots die bezoekers verwelkomde, was een illustratie van het **communicatietijdperk** tijdens de Paris Retail Week. Ook [PICOM](#) onthulde diverse projecten in ontwikkeling waaronder Decathlon, dat via een Kubus de klant zijn favoriete sport laat ontdekken. **Verder hebben data zich gepositioneerd als een belangrijke trend.** *'Consumenten zijn op zoek naar maatwerk en zijn bereid hun gegevens te delen in ruil voor een innovatieve en relevante ervaring,'* legt de medeoprichter van Early Birds uit aan de ronde tafel van Google Cloud. Met een andere trend, de voorloper van **milieubewuster zakendoen**, konden bezoekers kennismaken in de vorm van dematerialisatie, bijvoorbeeld kassabonnen zoals geïnitieerd door Auchan France. Deze kunnen nu per e-mail worden verstuurd, inclusief voedingstips en advies of ondersteunende recepten.

Als ware **inspiratiebron** verwelkomde het evenement ook internationale, Chinese, Japanse en Amerikaanse actoren die hun visie op connected commerce kwamen toelichten: JD.com presenteerde zijn 'retail as a service'-benadering, Alibaba en Hanshow de toekomst van de nieuwe detailhandel, Takashi Okutani (CEO van Oisix), Olivier Saguez, de beroemde ontwerper die geen introductie meer behoeft, Brendan Witcher, de bekende en erkende analist van Forrester, en Chieh Huang, medeoprichter van Boxed.com, om er maar een paar te noemen.

Deelnemers aan de Paris Retail Tours konden bovendien de strategie en creativiteit van merken als **Salomon, Aroma Zone, Nocibé, Nature & Découvertes, Leroy Merlin, Biocoop Dada, Parijse drogisterij, Flagship H&M, Flagship Bande à Part**, etc. ontdekken om klanten naar verkooppunten te trekken, te verleiden en te behouden.

## **De Paris Retail Awards: het feest van de innovatie**

De **10 prijzen** die tijdens de prijsuitreiking van de Paris Retail Awards zijn uitgereikt, waren opnieuw een uitstekende showcase voor innovatieve bedrijven, waardoor deze de kans kregen nuttige contacten op te doen bij de aanwezige professionals.

[SMARTLY.IO](#) werd met zijn video-oplossing Template Editor erkend in de categorie **Customer Experience** en [SELLERMANIA](#) in de categorie **Technology** met hun beheersoplossing Marketplace. De prijs **CRM, van Lead tot Klant** werd toegekend aan [NOTIFY](#), dat een oplossing heeft ontwikkeld op basis van realtime en AI om conversie te verhogen door het detecteren van het beste moment om te communiceren. *'Deze prijs is een erkenning van onze innovatie Best Time die merken niet alleen een hoge transformatiesnelheid biedt, maar ook een respectvolle en persoonlijke klantrelatie.'* Aldus Franck Lhuerre, CEO van Notify.

De **'Coups de cœur' (speciale vermeldingen) van de jury** zijn toegekend aan [MERITO](#) voor hun wervingsplatform en aan [CAPITALDATA](#), voor de Tourist Tracker-oplossing voor

buitenlandse toeristen. De onderscheiding **French Initiative** is toegekend aan [ANGUS.AI](#) voor hun oplossing Pogkeeper die het mogelijk maakt om de status van winkelrekken realtime te visualiseren. ANGUS.AI is ook onderscheiden in de categorie **Digitalisering van points-of-sale**.

Tot slot is de award **Rookie Of The Year**, die een start-up erkent voor een innovatief en veelbelovende concept, uitgereikt aan [MERITO](#) voor hun wervingsplatform dat werknemers van verschillende winkels samenbrengt.

[REVERS.IO](#) is de winnaar van de **Paris Retail Golden Award** en de prijs in de categorie **Logistiek**. *'Deze prijzen weerspiegelen een echte mentaliteitsverandering in de online en offline distributiesector wat betreft het belang van reverse logistics,'* zegt Vincent Torres, CEO van Revers.io.

### ***De editie 2019 belooft veel nieuws***

Nu deze vierde editie afgelopen is, kijkt de beursorganisatie naar de editie van 2019, die een nieuwe formule en nieuwe ambities heeft: eenvoud, leesbaarheid, toegankelijkheid en efficiëntie, met praktische oplossingen en natuurlijk altijd heel veel gebruiksvriendelijkheid.

**Van 24 tot 26 september 2019 in het expositiecomplex Paris Expo Porte de Versailles** brengt de Paris Retail Week 2019 e-commerce en marketingprofessionals samen op basis van een nieuw, meer ervaringsgericht format. Iedereen kan aldus een frisse blik werpen op de digitale uitdagingen van het moment: het ontwerpen van een mobiele en flexibele customer journey, integratie van nieuwe betaalmethoden, de inzet van duurzame logistiek, optimalisatie van het gebruik van marktplaatsen, de herdefinitie van marketingpositionering, data goed inzetten, de aanpak van multichannelsales, etc.

De Paris Retail Week 2019 positioneert zich als het **connected commerce-evenement van Europa** en is een unieke ervaring voor bezoekers.

Prijzen, Retail Tours en een live concert verlevendigen dit evenement dat gewijd is aan het delen van kennis, ervaringen en best practices. Elke dag staat een zakelijk thema in de schijnwerpers en dat alles in een dynamische sfeer die wordt onderstreept met happenings. In het hart van het evenement zal bijvoorbeeld een Agora-ruimte worden ingericht voor pitches van exposanten en dagelijks worden thematische uitdagingen georganiseerd die voor alle deelnemers toegankelijk zijn.

Exposanten die zich nu al inschrijven, kunnen om hun producten en oplossingen te promoten, kiezen uit zes categorieën: marketing, data & klantrelaties, retail tech & digital (in) store, betalingsoplossingen, IT for commerce, logistiek, e-logistiek & supplychain, en startups.

### ***Lancering van een nieuw designevenement voor de detailhandel***

De 2018-editie was ook het moment om de lancering aan te kondigen door Comexposium van een nieuw **One to One-evenement** dat is gewijd aan business, inspiratie en netwerken voor experts in Retail Design en customer experience in een stad die synoniem is aan dynamiek en is verkozen tot de meest trendy stad ter wereld: **Bordeaux** (*Lonely Planet 2017 heeft deze stad uitverkozen tot meest 'trendy' stad ter wereld*).

Op de **One to One Retail Design & Tech** verzamelen zich tijdens deze eerste editie op 7 en 8 oktober 2019 in Bordeaux (Hangar 14), meer dan 200 beslissers op het gebied van point-of-sale design en lay-out, retailconcepten, architectuur, merchandising, digital-in-store en POS-marketing.

*'Overall gaan fysieke winkels op de schop vanuit het oogpunt van klantervaring en ontwerp en worden verkooppunten uitgebreid met digitale technologie. Tegelijkertijd hebben merken te maken met een consument die steeds moeilijker te begrijpen is. Bij deze transformatie is **One to One Retail Design & Tech** de nieuwe premium-bijeenkomst voor professionals die nu*

*inspiratie zoeken om de verkooppunten van morgen te creëren en die op efficiënte wijze de juiste zakelijke partners willen vinden,'* vertelt Arnaud Gallet, directeur van dit nieuwe evenement.

Als echte inspiratiebron voor professionals, biedt **One to One Retail Design & Tech** individuele gesprekken met leveranciers, expertsprekers uit de sector die in Frankrijk en in het buitenland het verschil hebben gemaakt en inspirerende lezingen over belangrijke kwesties voor beslissers.

Tijdens deze nieuwe **100% key-accounts en 100% ROI**-bijeenkomst, wordt ook aan netwerken gedacht in de vorm van twee lunches en een avond om de uitwisseling voort te zetten op een ongebruikelijke plek en in een informele sfeer.

Door een redactionele en strategische commissie worden **45** partners in oplossingen geselecteerd (ontwerpbureaus, interieurontwerpers, innovatieve apparatuurfabrikanten, oplossingen voor digitalisering van points-of-sale, architectenbureaus, ontwerpstudio's, POS-advertenties, etc.) om de beste zakelijke oplossingen aan te bieden aan professionals.

Dit evenement, waarvan het de bedoeling is dat het een jaarlijks terugkerend evenement wordt, wordt aangeboden in een partnerpakket in twee vormen, inclusief afsprakenplanning en toegangskaarten voor personeel en gasten.

-----

#### **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](http://www.comexposium.com)

---

#### ***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](mailto:info@promosalons.nl). Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen: Coen Rosdorff en Martha Elsdijk (bezoekers/persinformatie) of Anne Marie Van Schaik, Oualid El Hajjoui en Marius van Belle (deelnemersinformatie).*

Op [www.parisretailweek.com](http://www.parisretailweek.com) kunt u terecht voor het downloaden van de laatste persberichten, persdossiers, nieuwsbrieven, marktschetsen, foto's en logo's.

In de [speciale digital pressroom](#) vindt u persberichten van de Paris Retail Week, samen met een persmap en visuals.

