

EuroShop 2020: sa grande internationalité confirme son rôle de leader mondial pour le secteur du commerce

***Le commerce investit dans l'émotionnalisation et la numérisation +++
Thème favori : la connexion du shopping online et offline +++ La durabilité
sous les projecteurs +++ Les scènes et specials accompagnants
rencontrent une grande résonance***

Le salon leader mondial pour les besoins en investissements du commerce, l'EuroShop 2020, s'est terminé avec succès après cinq jours ce jeudi 20 février 2020 à Düsseldorf : les environ 2300 exposants de 57 pays rapportent de très bons contacts et transactions. Il faut en plus s'attendre à des affaires après-salon soutenues. 94000 visiteurs sont venus au bord du Rhin afin de s'informer sur la gamme de produits, tendances et concepts pour le commerce et ses partenaires montrée dans 16 halls.

« Nous sommes très heureux que l'EuroShop ait pu prouver une fois de plus qu'elle est la plateforme la plus importante pour la scène retail internationale dans les domaines des tendances, de l'inspiration et du réseautage. Un grand compliment est dû à nos exposants pour leur loyauté. Une fois de plus, ils étaient par leur force d'innovation le pôle d'attraction de toute une branche », c'est ainsi qu'Erhard Wienkamp, gérant de Messe Düsseldorf, se montre très satisfait du déroulement de l'EuroShop 2020.

Les exposants saluaient surtout la grande internationalité de l'EuroShop. 70 pour cent du public de l'EuroShop sont venus de l'étranger cette année. De grandes délégations sont venues p.ex. du Brésil, d'Australie et de Nouvelle-Zélande. Au total, c'est de 142 pays que des visiteurs professionnels sont venus à l'EuroShop 2020.

« Ce grand intérêt international prouve plus que clairement le dynamisme de l'univers mondial du commerce et la place particulière que l'EuroShop occupe en tant que son moteur commercial », selon Michael Gerling, président du comité consultatif de l'EuroShop et gérant de l'EHI Retail Institute de Cologne.

« Le succès du commerce en ligne stimule véritablement les commerçants : ils ont compris qu'ils doivent apporter aux clients des raisons de venir au magasin au-delà de l'assortiment. Par la compétition, le niveau de tout le commerce de détail a été poussé vers le haut. On investit dans l'aménagement de magasins,



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland

Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Wolfram N. Diener
Bernhard J. Stempfle
Erhard Wienkamp
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

dans la création d'univers d'expériences », explique Gerling, et il complète : « Par ailleurs, la numérisation est en plein essor dans le commerce. D'une part, elle permet au commerçant de proposer encore plus de services au client et de connecter entre eux les canaux online et offline, et d'autre part, elle simplifie le déroulement des processus, la logistique et beaucoup d'autres choses. » Pour cela, la transformation numérique se trouvait au centre de l'attention à l'EuroShop 2020 aussi sous l'aspect de la plus grande efficacité énergétique et de la durabilité.

Les exposants soulignaient la grande qualification professionnelle des visiteurs, en particulier leur compétence décisionnelle marquée, car 70 pour cent des visiteurs du salon faisaient partie des cadres dirigeants internationaux. Beaucoup d'entre eux ont aussi mis à profit leur visite de l'EuroShop afin de faire connaissance avec des exemples de meilleures pratiques sur les huit scènes au total, et de s'informer sur les tendances d'avenir dans le commerce. Les programmes de conférences variés de chaque scène, p.ex. sur des thèmes de la retail technology, sur l'architecture et le store design ou sur les expositions et événements, étaient toujours bien fréquentés. De même, les nombreux specials de l'EuroShop ont rencontré un grand succès, dont le Start-up hub, le Designer Village et la Premium City.

Les chiffres parlent pour eux-mêmes : 96 pour cent des visiteurs du salon étaient satisfaits de leur visite au salon. Et autant ont confirmé la position excellente de l'EuroShop en tant que baromètre des tendances, plateforme de réseautage et plus grande manifestation du secteur du commerce.

À cause de la situation actuelle autour du coronavirus, il y a eu 19 000 visiteurs de moins que lors de l'événement record de 2017.

La prochaine EuroShop aura lieu en 2023, du 26 février au 2 mars 2023, à Düsseldorf.

Portail EuroShop : www.euroshop.de, magazine EuroShop : mag.euroshop.de

Votre contact presse :

Dr. Cornelia Jokisch (Senior Manager Press & PR),
Tanja Karl (Junior Manager Press & PR)
tél. : +49 (0)211/4560-998/-999, fax : +49 (0)211/4560-8548
e-mail : JokischC@messe-duesseldorf.de, KarlT@messe-duesseldorf.de

dernière actualisation : février 2020



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020

www.euroshop.de

