

EuroShop en Düsseldorf: el Evento Prime Time del Comercio Minorista Global, del 26 de febrero al 2 de marzo de 2023

***Temas candentes que mueven hoy y mañana al comercio minorista
+++ Ocho dimensiones fascinantes del comercio minorista con
soluciones innovadoras y tendencias creativas para un negocio
exitoso +++ un gran número de Specials y escenarios prácticos +++
galardones de gran prestigio***

Los presagios para la EuroShop 2023, The World's No.1 Retail Trade Fair, son buenos, ya que precisamente ahora, tras dos años de duras reestructuraciones motivadas por la pandemia, que afectó duramente al sector del comercio mundial, la EuroShop en Düsseldorf, del 26 de febrero al 2 de marzo de 2023, se revela más importante que nunca. Puesto que la crisis de la COVID se ha convertido también en catalizador de la digitalización e integración sin obstáculos de todos los canales minoristas en el comercio, la necesidad de nuevas soluciones impulsa el ahorro energético y la sostenibilidad. Además, libera una creatividad insospechada, que sobre todo sirve para hacer la compra lo más cómoda posible a los clientes, reaccionar frente a los cambios de hábitos, responder a nuevas necesidades y optimizar la vinculación de clientes con conceptos integrales y orientados a la experiencia.

EuroShop y sus cerca de 1.830 expositores, procedentes de 55 naciones, no solo abordan los desarrollos mundiales, sino que reflejan también, en 103.000 m² netos de superficie de exposición, distribuidos en 16 pabellones feriales, todo el espectro de tendencias actuales y soluciones pioneras. Aquí se concentra en temas de especial relevancia en estos momentos, que conciernen a las áreas más diversas del comercio.

Los temas candentes de la EuroShop 2023 son: Connected Retail, Sustainability, Smart Store, Energy Management, Third Places, Customer Centricity, Experience y Centros Urbanos Vitales.

La estructura de EuroShop 2023 se ha perfeccionado respondiendo a las necesidades del sector. Abarca ocho dimensiones de experiencias



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023
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:
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Bernhard J. Stempfle
Erhard Wienkamp
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Stephan Keller

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

claramente definidas. Las ventajas de esta estructuración son evidentes: una estructura de ofertas aún más orientada a los visitantes, sinergias de diversas dimensiones, ya de suyo fuertemente engranadas, y más superficie de pabellones para áreas de fuerte crecimiento, como Retail Technology o Refrigeration.

Las ocho dimensiones de EuroShop, en detalle:

La **Dimensión Shop Fitting, Store Design & Visual Merchandising** es el punto neurálgico de EuroShop y su mayor área de ofertas. Los mejores arquitectos, diseñadores, proyectistas y fabricantes, están representados con presentaciones creadas de forma única y pensadas hasta el mínimo detalle, y que responderán a preguntas de actualidad de los minoristas, como, p. ej.: ¿Qué tiene que ser hoy una tienda o un establecimiento? ¿Un lugar para experimentar y un lugar de bienestar? ¿Un tercer espacio o un mercado pop up? ¿Qué aspecto tiene que tener, qué se ha de sentir en él? EuroShop da aquí respuestas creativas al igual que pragmáticas a esto. De este modo, los y las visitantes se pueden dejar inspirar en esta dimensión por el diseño temporal o conceptos modulares, pero también hallar soluciones de sostenibilidad concretas. Las formas y funciones están a menudo apadrinadas por la Naturaleza, mas al mismo tiempo, aquí son imposibles de imaginar sin elementos digitales.

Cuando se trata de experiencia y escenificación, fascinación y ambiente, entonces todos los caminos llevan a la luz. La **Dimensión Lighting** en la EuroShop 2023 gira en torno a las múltiples posibilidades técnicas de uso de la luz, desde iluminación inteligente hasta el Internet de las cosas, unido a aspectos ecológicos, como sostenibilidad y eficiencia. Presenta el espectro completo de iluminación moderna e iluminación de establecimientos: desde la zona de entrada, pasando por la presentación de género hasta llegar a la zona de cajas. Tecnologías LED proporcionan, p. ej., posibilidades completamente nuevas de escenificar de forma emocional los productos. Siempre en el punto de mira: soluciones energéticas sostenibles y gestión lumínica inteligente.

Funcional y bello – estas dos características no se excluyen en absoluto. Esto lo demuestran los expositores en la nueva **Dimensión Materials & Surfaces**. Ya se trate de suelos, paredes, techos o mobiliario – la



EuroShop

THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023
www.euroshop.de



máxima calidad es importante para una estabilidad duradera y una funcionalidad óptima. En términos de sostenibilidad, existen entretanto muchas posibilidades para la elección del material correcto. En los locales de venta y trabajo, además, son esenciales unas excelentes propiedades acústicas y ópticas de los materiales. La correcta elección de pavimentos, revestimientos o herrajes, pueden marcar la diferencia, entre que el establecimiento produzca el efecto que debe alcanzar o no.

Seamless Store, Analytics, AI, Mobile Payment, Connected Retail son solo algunos de los temas dominantes en la **Dimensión Retail Technology**. Lo que se lee como una lista de palabras digitales de moda, son retos actuales y futuros en cuestiones de relación con los clientes. Las relaciones entre vendedores y compradores, clientela y marca, se revolucionan completamente con la digitalización de la comunicación e interacción a través del omnicanal y el Big Data. ¿La consecuencia? Comprar se convierte en una experiencia interactiva de alta tecnología. Pero también la “Retail Technology clásica”, evoluciona a ritmo vertiginoso. Los expositores y las expositoras en la Dimensión Retail Technology contribuyen a configurar perspectivas y campos de futuro del comercio con la fuerza impulsora de la tecnología inteligente.

Customer Engagement & Experience, experiencia de marcas en establecimientos estacionarios y digitales, personalización a través de dispositivos móviles, inteligencia artificial, Digital Signage – en la **Dimensión Retail Marketing**, aguarda al gran público profesional internacional, un gran espectro de posibilidades de interacción cada vez más digital e intensa con el cliente. Lo decisivo es que el comercio logre atraer la mirada del cliente. La Dimensión Retail Marketing muestra en EuroShop las instalaciones más atractivas y fascinantes para el punto de venta.

La **Dimensión Expo & Event Marketing** es en la EuroShop el punto principal para la comunicación en directo. Para entusiasmar tiene que ser intensa, única y auténtica. También forman parte de esto experiencias de marca diseñadas de forma integral. Las ferias y eventos se encuentran en el camino hacia la era de la digitalización y festivalización, el sentimiento de optimismo se percibe de forma clara y se refleja fielmente en la Euroshop, con ideas y escenificaciones pioneras, incluida la interconexión crossmedia.



EuroShop

THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023

www.euroshop.de



La **Dimensión Food Service Equipment** presenta Cooking & Baking, Convenience Systems, Food Technology y To-Go Solutions en la EuroShop 2023. La gastronomía es la megatendencia en el comercio. El mercado Out-of-Home crece vertiginosamente y por doquier. En los EE. UU., p. ej., ya más de un dólar de cada dos se gasta en comida y bebida “fuera de casa”. De este modo, también en el comercio la clientela se convierte en cliente gastronómico – en el centro comercial, en el supermercado, en la gasolinera. Se trata de una nueva experiencia de compra, de vinculación duradera de clientes. Las recetas son muy diversas: abarcan desde conceptos especiales de Convenience food (comida preparada) y To-Go (comida para llevar), pasando por atractivos restaurantes temáticos, hasta llegar a mundos gastronómicos completos.

Rentabilidad, sostenibilidad y eficiencia tienen la máxima prioridad también en el comercio. Precisamente aquí aumentan la presión de precios y de competencia, y tanto más importante es invertir en tecnologías de futuro adecuadas. La **Dimensión Refrigeration & Energy Management** presenta el mejor equipamiento posible para el establecimiento, desde muebles refrigeradores, sistemas de frío e instalaciones para agricultura de interior, pasando por técnicas de climatización, recuperación de calor y gestión de edificios, hasta llegar a la expansión de la electromovilidad.

El programa principal de la EuroShop 2023

Además del amplio abanico de ofertas que presentan las empresas expositoras de todo el mundo, la propuesta única de venta de la EuroShop incluye la calidad y el alcance de su exclusivo programa principal.

Siete escenarios

El núcleo del programa son los siete escenarios de la EuroShop. Se trata de foros para ponencias y debates con participantes del más alto nivel que se centran en los desarrollos más recientes, en tendencias innovadoras y en ejemplos de buenas prácticas, y que están situados en el centro de la feria y son gratuitos para todos los visitantes de la EuroShop sin necesidad de inscribirse en ellos previamente (interpretación simultánea alemán-inglés/inglés-alemán o solo inglés). Todos los escenarios de un vistazo: Store Design, Retail Designers´,



EuroShop

THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

Retail Technology, Connected Retail, Start-up, Retail Marketing y Expo & Event.

Las zonas especiales de la EuroShop: un torbellino de ideas

Estas zonas de la EuroShop abarcan distintas superficies especiales que ofrecen espacios libres para especialistas, empresas emergentes e integrantes de las «generaciones X, Y y Z» con ideas, visiones y productos innovadores. Entre las zonas especiales consolidadas de la EuroShop se incluyen el Designers´ Village, el Start-up hub, el POPAI Shop Global Village, el IFES Global Village y el Italian Lighting Lounge.

Además, en 2023 habrá tres estrenos especiales:

El «Future Urban Lab» expone y desarrolla de la mano de los visitantes nuevos factores de atracción y motivos de visita para las ciudades del futuro. Presenta un formato interactivo con un factor de experiencia muy relevante que aporta empuje e inspiración para todo el sector.

El «Room4Senses» se centra en la percepción sensorial, ya que los estímulos tanto internos como externos influyen en nuestra percepción y despiertan toda clase de sensaciones. Es posible engañar y seducir a los sentidos, sobre todo, a través de la mercadotecnia visual. Los estudiantes de la Universidad de Diseño Publicitario de Stuttgart reducen la experiencia sensorial del público de la feria a cuatro sentidos en la Specials Room4Senses. De ese modo, se analizan las experiencias sensoriales y su posible aprovechamiento, p. ej., en el lugar de venta.

En el «Retail Ball Game» de la Universidad de Düsseldorf (HSD, por sus siglas en alemán) se respira en profundidad, se reflexiona, se orienta y se juega. Esta plataforma de comunicación abierta se centra en los retos y los enfoques de soluciones del comercio minorista para los próximos años, y hace hincapié en una interconexión mejor y más abierta entre las distintas disciplinas en el espacio urbano.

And the winner is... Los galardones de la EuroShop

Los galardones de la EuroShop no solo reflejan la importancia de la feria, sino que, en primera instancia, honran logros excepcionales en el ámbito del comercio minorista internacional y en los sectores relacionados.



EuroShop

THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023

www.euroshop.de



Los reputados EuroShop Retail Design Awards se otorgan sobre todo a conceptos y diseños de tienda excepcionales; del mismo modo, los codiciados Retail Technology Awards Europe (reta) se conceden por soluciones informáticas excepcionales en el comercio, mientras que el premio del EHI va a parar a trabajos científicos muy relevantes para el sector del comercio. Asimismo, durante la EuroShop 2023 se entregan los Shop!/ POPAI D-A-CH Awards, el IFES Development & Innovation Award y los Exhibitor Magazine EuroShop Awards.

La EuroShop 2023 estará abierta para visitantes profesionales desde el domingo 26 de febrero hasta el 2 de marzo de 2023, todos los días de 10 a 18 h. Las entradas a la feria solo se pueden adquirir en línea, en www.euroshop.de/2130, a partir de noviembre de 2022. La entrada de un día cuesta 70 euros; la de dos días, 120 euros, y la entrada total, 165 euros.

Más información en www.euroshop-tradefair.com. Puede consultar la revista en línea de la EuroShop aquí: mag.euroshop.de/en

Contacto para la prensa:

Dr. Cornelia Jokisch, Senior Manager Marcom (Press & PR)
Desislava Angelova, Manager Marcom
Tel.: +49 (0)211/4560-998/-242
Correo electrónico: JokischC@messe-duesseldorf.de
AngelovaD@messe-duesseldorf.de

enero de 2023

EuroShop Group: 



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023
www.euroshop.de

