

EuroShop à Düsseldorf : l'événement « prime time » du secteur mondial du commerce du 26 février au 2 mars 2023

Des thèmes chauds qui font bouger le commerce maintenant et à l'avenir +++ huit dimensions fascinantes du commerce de détail avec des solutions innovantes et des tendances créatives pour un business réussi +++ une multitude de specials et de stages pratiques +++ des awards renommés

Les signes avant-coureurs de l'EuroShop 2023, The World's No.1 Retail Trade Fair, sont prometteurs. Car après deux années de restrictions sévères dues à la pandémie qui a durement touché le secteur mondial du commerce, l'EuroShop à Düsseldorf, du 26 février au 2 mars 2023, s'avère plus importante que jamais. En effet, la crise du Covid est également devenue un accélérateur de la numérisation et de la mise en réseau sans faille de tous les canaux de vente au détail dans le commerce, et fait progresser le besoin de nouvelles solutions d'économie d'énergie et de durabilité. En outre, elle libère une créativité insoupçonnée qui sert avant tout à rendre les achats de la clientèle aussi confortables que possible, à réagir aux changements d'habitudes, à répondre aux nouveaux besoins et à optimiser la fidélisation de la clientèle grâce à des concepts globaux axés sur l'expérience.

L'EuroShop et ses 1830 exposants venus de 55 pays ne se contentent pas de suivre les évolutions mondiales, mais représentent aussi, sur une surface d'exposition nette de 103000 m² répartie sur 16 halls, tout l'éventail des tendances actuelles et des solutions d'avenir. Le salon se concentre actuellement sur des thèmes particulièrement importants qui concernent les domaines les plus divers du commerce.

Les thèmes chauds de l'EuroShop 2023 sont les suivants : Connected Retail, Sustainability, Smart Store, Energy Management, Third Places, Customer Centricity, Experience et Centres-villes vivants.

La structure de l'EuroShop 2023 a été développée afin de répondre aux besoins du secteur. Elle comprend huit dimensions d'expérience



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

clairement définies. Les avantages de cette répartition sont évidents : une structure de l'offre encore plus orientée vers les visiteurs, des synergies entre différentes dimensions qui sont déjà fortement imbriquées les unes dans les autres, et davantage de surface de halls pour des secteurs en forte croissance comme Retail Technology ou Refrigeration.

Les huit dimensions de l'EuroShop en détail :

La **dimension Shop Fitting, Store Design & Visual Merchandising** est le cœur du salon EuroShop et son plus grand domaine d'offre. Les meilleurs architectes, designers, concepteurs et fabricants y seront présents avec des présentations au design unique et pensées dans les moindres détails, répondant ainsi aux questions actuelles des détaillants, telles que : Que doit être un magasin ou une boutique aujourd'hui ? Un lieu d'expérience et un lieu « feel good » ? Un tiers-lieu ou une place de marché pop-up ? À quoi doit-il ressembler et comment doit-il être ressenti ? L'EuroShop y apportera des réponses aussi créatives que pragmatiques. Ainsi, dans cette dimension, les visiteurs et visiteuses pourront se laisser inspirer par du Temporary Design ou des concepts modulaires, mais aussi trouver des solutions concrètes en matière de durabilité. Dans les formes et les fonctions, la nature sert souvent de modèle, mais en même temps, les éléments numériques seront ici aussi incontournables.

Lorsqu'il s'agit d'expérience et de mise en scène, de fascination et d'atmosphère, tous les chemins mènent à la lumière. Ses multiples possibilités d'utilisation techniques, du Smart Lighting à l'IoT, associées à des aspects écologiques tels que la durabilité et l'efficacité - c'est autour de cela que s'articulera la **dimension Lighting** à l'EuroShop 2023. Elle présentera l'éventail complet de l'illumination moderne et de l'éclairage de magasin : de l'entrée à la zone de caisse en passant par la présentation des marchandises. Les technologies LED offrent par exemple de toutes nouvelles possibilités de mise en scène émotionnelle des produits. Et toujours en point de mire : des solutions énergétiques durables et une gestion intelligente de l'éclairage.

Fonctionnel et beau - ces deux caractéristiques ne s'excluent en aucun cas. C'est ce que prouveront les exposants de la nouvelle **dimension**



EuroShop

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

2 MARCH 2023

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

Materials & Surfaces. Qu'il s'agisse de sols, de murs, de plafonds ou de meubles, la plus haute qualité est importante pour une stabilité durable et une fonctionnalité optimale. Et en matière de durabilité, le choix du bon matériau offre à présent de nombreuses possibilités. Dans les espaces de vente et de travail, d'excellentes propriétés optiques et acoustiques des matériaux sont également essentielles. Le bon choix de revêtements, d'habillages ou de ferrures peut faire toute la différence et permettre au magasin d'obtenir l'effet escompté.

Seamless Store, Analytics, AI, Mobile Payment, Connected Retail ne seront que quelques-uns des thèmes dominants dans la **dimension Retail Technology**. Ce qui se lit comme une liste de buzzwords numériques regroupe en fait les défis actuels et futurs en matière de relation client. Les relations entre les acheteurs et les vendeurs et vendeuses, la clientèle et la marque sont en train d'être révolutionnées par la numérisation de la communication et de l'interaction via l'omnicanal et le big data. La conséquence ? Le shopping devient une expérience interactive de haute technologie. Mais la « Retail Technology classique » évolue elle aussi très rapidement. Les exposants et exposantes de la dimension Retail Technology contribueront à façonner les perspectives et les champs d'avenir du commerce grâce à la force motrice de la technologie intelligente.

Customer Engagement & Experience, expérience de marque dans les magasins stationnaires et numériques, personnalisation via le mobile, intelligence artificielle, Digital Signage - dans la **dimension Retail Marketing**, le public professionnel international sera attendu par le grand éventail de possibilités de l'interaction toujours plus numérique, toujours plus intense avec le client. Ce qui est décisif, c'est que le commerce parvienne à capter le regard du client. La dimension Retail Marketing présentera à EuroShop les installations les plus attrayantes et les plus fascinantes pour le point d'achat.

La **dimension Expo & Event Marketing** à l'EuroShop sera le lieu par excellence pour la communication en direct. Celle-ci doit être intense, unique et authentique pour susciter l'enthousiasme. Cela comprend également des expériences de marque conçues de manière globale. Les salons et les événements sont en route vers l'ère de la numérisation et de la festivalisation, l'atmosphère de renouveau est clairement



EuroShop

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

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

perceptible et se reflétera à l'EuroShop à l'échelle 1:1, avec des idées et des mises en scène d'avenir, y compris la mise en réseau cross-media.

La dimension **Food Service Equipment** présentera Cooking & Baking, Convenience Systems, Food Technology et To-Go Solutions au salon EuroShop 2023. La restauration est la méga-tendance dans le commerce. Le marché de l'out-of-home connaît une croissance rapide - et cela partout. Aux États-Unis par exemple, plus d'un dollar sur deux est déjà dépensé pour manger et boire « hors domicile ». Ainsi, dans le commerce aussi, les clients deviennent des convives - dans les centres commerciaux, les supermarchés, les stations-service. Il s'agit de créer de nouvelles expériences d'achat, de fidéliser durablement les clients. Les recettes pour y parvenir sont multiples : elles vont de concepts spécifiques de plats prêt-à-servir et à emporter à des univers alimentaires entiers, en passant par des restaurants à thème attrayants.

La rentabilité, la durabilité et l'efficacité sont également des priorités absolues dans le commerce. C'est précisément dans ce domaine que la pression des prix et de la concurrence augmente et qu'il est d'autant plus important d'investir dans les bonnes technologies d'avenir. La dimension **Refrigeration & Energy Management** présentera le meilleur équipement possible pour le magasin, depuis les meubles frigorifiques, les systèmes de réfrigération et les installations pour l'Indoor Farming jusqu'au développement de la mobilité électrique, en passant par la climatisation, la récupération de la chaleur et la gestion des bâtiments.

Le programme-cadre de l'EuroShop 2023

La marque distinctive de l'EuroShop est non seulement le large éventail d'offres des entreprises exposantes du monde entier, mais aussi la qualité et l'étendue de son programme-cadre unique.

Sept stages

Les sept stages de l'EuroShop constituent le cœur du salon. Il s'agit de forums de conférences et de discussions de haut niveau sur les derniers développements, les tendances innovantes et les exemples de bonnes pratiques au cœur même du salon, accessibles gratuitement et sans inscription préalable à tous les visiteurs de l'EuroShop (simultanément en allemand-anglais/anglais-allemand ou uniquement en anglais). Tous les



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



stages en un coup d'œil : Store Design Stage, Retail Designers' Stage, Retail Technology Stage, Connected Retail Stage, Start-up Stage, Retail Marketing Stage et Expo & Event Stage.

Les Special Areas de l'EuroShop - un feu d'artifice d'idées

Les Special Areas de l'EuroShop comprennent divers espaces spéciaux qui offrent des espaces de liberté pour les spécialistes, les start-ups, pour les « générations X, Y & Z », pour les idées, les visions et les produits innovants. Les espaces spéciaux de l'EuroShop qui ont fait leurs preuves sont le Designers' Village, le Start-up hub, le POPAI Shop Global Village et l'IFES Global Village ainsi que l'Italian Lighting Lounge.

En outre, il y aura également trois premières spéciales en 2023 :

Le « Future Urban Lab » montre et développe ensemble aux visiteurs de nouveaux facteurs d'attractivité et de nouvelles raisons de visite pour les villes de demain. Un format interactif avec un facteur d'expérience élevé, qui donne des impulsions et des inspirations à l'ensemble du secteur.

La « Room4Senses » se concentre sur la perception sensorielle. Car en effet, les stimuli externes et internes influencent notre perception et déclenchent les émotions les plus diverses. Nos sens peuvent aussi être trompés ou se laisser séduire, notamment dans le merchandising visuel. Dans le Special Room4Senses, les étudiant-e-s de la Fachschule für Werbegestaltung de Stuttgart réduisent la sensorialité du public du salon à quatre sens. Les expériences sensorielles et leur utilisation potentielle, par exemple dans l'espace de vente, y sont ainsi analysées.

Dans le « Retail Ball Game » de la Hochschule Düsseldorf (HSD), on respire, on réfléchit, on s'oriente et on continue à jouer. Cette plateforme de communication ouverte aborde les défis et les solutions du commerce de détail des années à venir et met l'accent sur une mise en réseau meilleure et plus ouverte des disciplines les plus diverses dans l'espace urbain.

And the winner is... Awards à l'EuroShop

Les Awards de l'EuroShop non seulement reflètent l'importance de l'EuroShop, mais récompensent en premier lieu les performances exceptionnelles de la scène internationale du commerce de détail et des secteurs apparentés.



EuroShop

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

www.euroshop.de





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

Avant tout, les prestigieux EuroShop Retail Design Awards seront décernés pour des concepts de magasins et des designs de magasins exceptionnels, tout comme les très convoités Retail Technology Awards Europe (reta) pour des solutions informatiques exceptionnelles dans le commerce et le prix scientifique de l'EHI pour d'excellents travaux scientifiques très pertinents pour le secteur du commerce. En outre, les Shop!/POPAI D-A-CH Awards, l'IFES Development & Innovation Award et les Exhibitor Magazine EuroShop Awards seront décernés pendant l'EuroShop 2023.

L'EuroShop 2023 sera ouverte aux visiteuses-rs professionnel-le-s du dimanche 26 février au jeudi 2 mars 2023, tous les jours de 10h00 à 18h00. Les billets pour le salon ne sont disponibles qu'en ligne sur www.euroshop.de/2130, à partir de novembre 2022. Le billet journalier coûte 70,- euros, le billet de deux jours 120,- euros et le billet permanent 165,- euros.

Plus d'informations sur www.euroshop-tradefair.com. Vous trouverez le magazine en ligne de l'EuroShop ici : mag.euroshop.de/en

Votre contact presse :

Dr. Cornelia Jokisch, Senior Manager Marcom (Presse & RP)
Desislava Angelova, directrice de Marcom
tél. : +49 (0)211/4560-998/-242
e-mail : JokischC@messe-duesseldorf.de
AngelovaD@messe-duesseldorf.de

Janvier 2023

EuroShop Group : 

