

«Se necesitan amplitud de miras, disposición para innovar y atrevimiento» - Tendencias del comercio minorista para 2023

de Ulrich Spaan, integrante de la dirección del EHI Retail Institute

El sector mundial del comercio en su totalidad se enfrenta a su mayor desafío desde la posguerra. El increíble aumento de los precios de la energía afecta, sobre todo, al comercio de alimentos, que presenta unos costes energéticos especialmente elevados debido a sus necesidades de refrigeración y congelación, al tamaño de las superficies de ventas y a los horarios de apertura. Sin embargo, el aumento de los precios de las materias primas y de los costes de transporte, así como, en el caso de muchos productos, los problemas en las cadenas de suministro, afectan también a las empresas de comercio con un alcance nunca visto. A esto se añaden la reducción del consumo por parte de los usuarios debido a los actuales problemas de la política mundial y a las elevadas tasas de inflación, la falta de personal y una pandemia que aún no se ha superado.

En momentos tan turbulentos como estos, las empresas comerciales deben invertir incluso con mayor empeño en sus negocios, con amplitud de miras, disposición para innovar y atrevimiento. Así, al margen de las circunstancias actuales, hay numerosas oportunidades y potenciales para el crecimiento con respecto a los cuales la EuroShop representa una plataforma de información y contactos perfecta gracias a su amplio abanico de ofertas, único en todo el mundo.

La EuroShop se ha centrado en ocho temas candentes que representan las tendencias fundamentales para el comercio en la actualidad:

Sustainability

La sostenibilidad se ha convertido en un asunto de la máxima importancia estratégica para todo el sector del comercio. Así, muchas empresas del comercio minorista se esfuerzan por alcanzar la neutralidad climática en toda la cadena de creación de valor. En consecuencia, la sostenibilidad está firmemente anclada en todas las dimensiones de la EuroShop y ejerce un papel de peso en la oferta de productos y servicios de nuestros expositores. Del diseño de tiendas y



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

ferias, la iluminación y la mercadotecnia visual a la tecnología de comercio minorista y la refrigeración, la gestión de la energía y el equipo de restauración, la sostenibilidad caracterizará la EuroShop 2023 de un modo sin precedentes.

Experience

En una época de digitalización creciente, el diseño de toda clase de lugares y estancias físicos atribuye cada vez mayor importancia a crear experiencias, despertar entusiasmo y fomentar la permanencia y el retorno. Son elementos muy importantes la estimulación de los sentidos y la creación de una atmósfera de bienestar, pero también lo es la perfecta integración de todos los canales digitales, a fin de lograr una experiencia del cliente unitaria y positiva. Muchos stands de la EuroShop son precisamente espacios de experiencias y hacen que la visita resulte inolvidable.

Connected Retail

La fusión del comercio en línea y el presencial recibió un gran empuje durante la pandemia del coronavirus. Los servicios Click&Collect se han convertido en algo habitual para los consumidores, y numerosos minoristas han integrado sus sistemas de fidelización de ambos universos, con lo que permiten a los clientes disfrutar de una imagen global de todas las compras que han realizado. La integración sin fisuras de los canales digitales y presenciales resultará imprescindible para cualquier empresa comercial en el futuro.

Customer Centricity

El cliente y sus necesidades ocupan una posición central. Muchas empresas comerciales buscan un contacto cada vez más estrecho con el consumidor final, a fin de ofrecerle servicios de atención al cliente digitales personalizados e individualizados. Así, el teléfono móvil de los clientes ejerce un papel muy importante en este sentido. Las palabras clave son «asistente de asesoramiento digital», «ofertas personalizadas», «cupones digitales» y «sistemas de fidelización».

Smart Store

La digitalización del sector del comercio, que ha progresado a gran velocidad en los últimos años, también ha supuesto que los



EuroShop

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

www.euroshop.de



establecimientos físicos se equipen cada vez con más sistemas tecnológicos inteligentes. De ese modo, se han desarrollado numerosos conceptos de tienda automatizada en los que el proceso de compra está digitalizado en gran medida. Los sensores y las tecnologías de reconocimiento de imágenes desempeñan un papel muy importante en dichos conceptos y se usan de la mano de otras aplicaciones como las estanterías «inteligentes», la supervisión de existencias y la detección de falta de stock, los rótulos de precios electrónicos y las pantallas o básculas también inteligentes.

Third Places

Hoy en día, para que un concepto de comercio físico triunfe ya no suele ser suficiente con limitarlo a la mera función de ventas. En vez de ello, lo importante es convertir el establecimiento en un lugar en el que las personas se sientan a gusto, en el que les agrade estar y al que no solo acudan para la compra propiamente dicha. El diseño, los materiales, la iluminación, las ofertas gastronómicas y, del mismo modo, las digitales realizan una contribución decisiva al éxito de dichos terceros lugares y convierten a la EuroShop en un importante motor de impulso.

Energy Management

Debido a la evolución del mercado energético, el control y la supervisión precisos del consumo de energía en las filiales comerciales se está convirtiendo en un factor crítico para el éxito de toda empresa minorista. Las aplicaciones tecnológicas innovadoras e inteligentes desempeñarán un papel clave a la hora de utilizar la iluminación, la refrigeración y la climatización de forma eficiente y, al mismo tiempo, centrada en los clientes. El uso de plataformas de análisis y pronóstico basadas en la inteligencia digital ofrece un gran potencial en ese sentido.

Cascos urbanos repletos de vitalidad

Diseñar los cascos urbanos para que resulten atractivos y estén llenos de vida es una de las labores sociales más importantes para el futuro en esta época de digitalización creciente. La EuroShop ofrece al sector del comercio todos los instrumentos necesarios para diseñar de cara al futuro un negocio físico que se integre en cascos urbanos repletos de vitalidad. En el Future Urban Lab, los visitantes también tienen la oportunidad de llevar a término su visión de la ciudad del futuro.



EuroShop

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

www.euroshop.de



Es precisamente con respecto a estos temas donde la EuroShop 2023 promete ser tan interesante. La aguardamos con impaciencia.

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


Messe
Düsseldorf