

« Il faut faire preuve de clairvoyance, d'esprit d'innovation et de courage » - Tendances du commerce de détail en 2023

par Ulrich Spaan, membre de la direction, EHI Retail Institute

L'ensemble du secteur mondial du commerce est confronté à ses plus grands défis de l'histoire de l'après-guerre. L'augmentation massive des prix de l'énergie pèse surtout sur le commerce alimentaire qui, en raison de la réfrigération, de la congélation, de la taille des surfaces de vente et des heures d'ouverture, fait face à des coûts énergétiques particulièrement élevés. Mais la hausse des prix des matières premières et des coûts de transport, ainsi que des perturbations importantes des chaînes d'approvisionnement pour de nombreux produits, pèsent également sur les entreprises commerciales dans des proportions inconnues jusqu'à présent. À cela s'ajoutent une réticence des consommateurs fortement marquée par les bouleversements politiques mondiaux actuels ainsi que par des taux d'inflation élevés, un manque de personnel, et une pandémie qui n'est toujours pas surmontée.

En ces temps de turbulences, il est d'autant plus important pour les entreprises commerciales d'investir dans l'avenir de leurs activités avec clairvoyance, esprit d'innovation et courage. Car malgré les conditions générales actuelles, de nombreuses opportunités et potentiels de croissance s'offrent à elles, pour lesquelles l'EuroShop, avec son éventail d'offres varié et unique au monde, constitue la plateforme d'information et de réseautage parfaite.

L'EuroShop a identifié huit « hot topics » qui reflètent les principales tendances actuelles du commerce :

Durabilité

Pour l'ensemble du secteur du commerce, la durabilité est devenue un thème stratégique de la plus haute importance. De nombreuses entreprises de vente au détail s'efforcent d'atteindre la neutralité climatique tout au long de la chaîne de valeur. En conséquence, la durabilité est fermement ancrée dans toutes les dimensions de l'EuroShop et jouera un rôle important dans le cadre de l'offre de produits et de prestations de nos exposants. De l'aménagement de magasins et



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

de salons à l'éclairage et au merchandising visuel, en passant par la technologie de vente au détail, la réfrigération, la gestion de l'énergie et l'équipement de restauration, la durabilité marquera l'EuroShop 2023 comme jamais auparavant.

Expérience

Lors de la conception de tous les types de lieux et d'espaces physiques à une époque de numérisation croissante, il est plus important que jamais de créer des expériences qui suscitent l'enthousiasme et incitent à rester et à revenir. Les éléments importants y sont la stimulation des sens et la création d'une atmosphère de bien-être, mais aussi l'intégration sans faille de tous les canaux numériques afin de générer un parcours client global positif. De nombreux stands de l'EuroShop sont précisément de tels espaces d'expérience et rendent la visite inoubliable.

Commerce de détail connecté

La fusion entre commerce en ligne et hors ligne a pris un nouvel élan avec la pandémie du coronavirus. Les services Click&Collect sont devenus la norme pour les consommateurs, de nombreux détaillants ont fusionné leurs systèmes de fidélisation du monde online et offline, permettant ainsi aux clients d'avoir une vue à 360 degrés sur les achats effectués. La connexion sans faille des canaux numériques et stationnaires sera indispensable à l'avenir pour chaque entreprise de commerce.

Centrage sur le client

Le client et ses besoins se trouvent au centre des préoccupations. De nombreuses entreprises commerciales cherchent à établir un contact direct de plus en plus étroit avec le consommateur final afin de lui offrir des services clients numériques personnalisés et individualisés. Le smartphone des clients joue un rôle important dans ce contexte. Les mots-clefs sont assistant de conseil numérique, offres personnalisées, coupons numériques et systèmes de fidélisation.

Smart Store

La numérisation du secteur du commerce, qui progresse à grande vitesse ces dernières années, a également conduit à doter les magasins stationnaires de plus en plus d'intelligence technologique. De nombreux



EuroShop

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

www.euroshop.de



concepts de magasins automatisés ont ainsi vu le jour, dans lesquels le processus d'achat est largement numérisé. Les technologies de détection et de reconnaissance d'image jouent un rôle important dans ce domaine, mais elles sont également utilisées en combinaison avec d'autres applications telles que les étagères « intelligentes » qui surveillent les stocks et détectent les ruptures de stock, les étiquettes de prix et les présentoirs électroniques intelligents ou encore les balances.

Troisième lieu

Pour qu'un concept de commerce stationnaire soit couronné de succès, il ne suffit souvent plus aujourd'hui de se limiter à la seule fonction de vente. Il s'agit plutôt de faire d'un magasin un lieu où les gens se sentent bien, où ils aiment passer du temps et qu'ils ne visitent pas uniquement pour faire leurs achats. Le design, les matériaux, l'éclairage, les offres gastronomiques, mais aussi les offres numériques contribuent de manière décisive au succès de ces troisièmes lieux et font de l'EuroShop une source d'inspiration importante.

Gestion de l'énergie

Compte tenu de l'évolution du marché de l'énergie, un pilotage et une surveillance précis de la consommation d'énergie dans les magasins deviendront de plus en plus un facteur critique de réussite pour toute entreprise de vente au détail. Les applications technologiques innovantes et intelligentes joueront un rôle décisif dans l'utilisation efficace de l'éclairage, de la réfrigération et de la climatisation, tout en répondant aux besoins des clients. L'utilisation de plates-formes d'analyse et de prévision basées sur l'intelligence artificielle offre également un potentiel élevé dans ce domaine.

Des centres-villes pleins de vie

Rendre les centres-villes attrayants et vivants est l'une des tâches sociales les plus importantes de l'avenir à l'heure de la numérisation croissante. L'EuroShop offre aux commerçants tous les instruments nécessaires pour aménager aussi à l'avenir un magasin stationnaire dans l'esprit d'un centre-ville vital. Dans le cadre du Future Urban Lab, les visiteurs auront en outre la possibilité de réaliser eux-mêmes leur vision de la ville du futur.



EuroShop

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

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

L'EuroShop 2023 promet d'être passionnante justement à cause de ces thèmes. Nous nous en réjouissons.

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 : 


Messe
Düsseldorf



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