



photo: Messe Düsseldorf/  
ctillmann

## Mezzo secolo di successi

L'alto grado di internazionalità conferma l'EuroShop quale fiera leader mondiale. Al centro: Digitalizzazione, Omnichannel ed emotività durante lo shopping

La EuroShop 2017, la più grande fiera al mondo specializzata nei beni d'investimento per il commercio al dettaglio, ha chiuso le sue porte a Düsseldorf, giovedì 9 marzo 2017, dopo cinque giorni di durata, con il miglior risultato raggiunto nei 50anni della sua storia: i 2.368 espositori provenienti da 61 nazioni hanno dichiarato all'unanimità di aver allacciato da buoni ad ottimi contatti e di aver fatto buoni affari. Inoltre è prevista una vivace attività dopofiera. Oltre 113.000 visitatori (+ 4% rispetto alla manifestazione precedente) sono pervenuti nella città sul Reno, per informarsi sulla gamma di prodotti, tendenze e concetti per il commercio ed i suoi partner, esposti in 18 padiglioni fieristici su una superficie espositiva netta di 127.000mq.

Hans Werner Reinhard, Direttore della Messe Düsseldorf, riassume: "La EuroShop 2017 ha superato ancora una volta tutti i record raggiunti da EuroShop 2014. Nella sua edizione commemorativa al suo cinquantesimo anniversario ha potuto mostrare ancora una volta quanto giovane, creativo ed innovativo



Epta e Schweitzer Project S.p.A. Hanno presentato a Euroshop 2017 Pop Up Retail, un corner eclettico ed esclusivo che converte le tradizionali aree display food in spazi nuovi e inaspettati, per un design allo stato puro che va oltre l'immaginazione. Posizionata all'interno dello stand di Epta, l'area si configura come esempio emblematico delle potenzialità della collaborazione in ambito Retail tra due gruppi leader, rispettivamente, nel settore della refrigerazione commerciale e nella progettazione e realizzazione di concept store d'avanguardia - [eptarefrigerations.com](http://eptarefrigerations.com)



3A Composites introduce nuove varianti di prodotto del suo vetro acrilico colorato Crylux nonché il suo pannello con impiacciatura di legno di balsa Banova. Ma anche classici come i fogli di Forex spessore 19 mm in nero – [3acomposites.com](http://3acomposites.com)

possano essere questo ramo e la sua fiera.”

Gli espositori di tutti i settori dell’offerta si sono preparati già mesi prima per la partecipazione ad EuroShop 2017, per affrontare la concorrenza internazionale con delle innovazioni convincenti. Hanno raccolto un’enorme consenso: i visitatori specializzati sono rimasti entusiasti dalla varietà dei prodotti e dal grado di innovazione negli stand, così come dall’eccezionale qualità e grande creatività delle presentazioni negli stand.

Complessivamente, sono stati 138 Paesi rappresentati da parte dei visitatori. Ed ancora Reinhard: “La composizione dei visitatori specializzati soddisfa tutte le aspettative. Noi possiamo registrare una buona domanda, sempre costante, dalla Germania ed un interesse crescente sopra la media dall’estero. In tutto il mondo si sa che l’EuroShop di Düsseldorf è la fiera leader nel mondo del ramo rendendo tangibile il futuro del commercio.”

La EuroShop che si tiene ogni tre anni era partita con un concetto completamente ottimizzato. Il profilo raffinato e definito da ben sette chiari segmenti (POP Marketing, Expo & Event Marketing, Retail Technology, Lighting, Visual Merchandising, Shop Fitting & Store Design und Food Tech & Energy Management) ha riscontrato alla stessa maniera il consenso degli espositori e dei visitatori in quanto è stato possibile posizionare ottimamente gli espositori, mentre i visitatori hanno avuto il modo di raggiungere comodamente gli offerenti da loro ricercati, nelle aree di loro interesse. I temi domi-

nanti della EuroShop 2017 sono stati: la progressiva digitalizzazione nel commercio, soluzioni di Omnichannel (omni-canale) fatti su misura e l’emotività durante lo shopping nel negozio.

Attualmente il commercio online accelera gli investimenti del ramo nei suoi negozi stazionari



Da anni ABS Group propone i lightbox, strutture in alluminio e tessuto retroilluminate attraverso un sistema di luci a LED, che si caratterizzano per basso consumo, alta qualità e lunga durata (5 anni). Con i lightbox dinamici marchiati ABSolutely, ulteriore evoluzione rispetto a quelli statici, oggi l’azienda è la prima in Europa ad introdurre un’assoluta novità: un sistema di retroilluminazione realizzato mediante l’utilizzo di alcuni moduli posti sul retro del tessuto, programmabili a seconda degli effetti visivi che si vogliono ottenere. La programmazione dei lightbox dinamici può essere di volta in volta cambiata in base alla grafica presente sul tessuto e agli elementi da mettere in risalto all’interno di essa – [absgroupsrl.it](http://absgroupsrl.it)



Numerose le novità presentate da Cefla Shopfitting a questa edizione di Euroshop fra cui va segnalato il notevole interesse riscosso dai sistemi di cash management, nelle due versioni presentate. La prima, integrata in un'isola a doppio banco cassa, con un unico sistema di cash management al servizio della coppia di operatori, con evidenti vantaggi in termini di investimento. La seconda, in versione stand-alone, per permettere lo "shop&go" del cliente grazie a un totem multifunzione, basato sul protocollo RFID, in grado di servire come self-checkout, self-pay e come gate per l'order & collect (l'ordine online del prodotto con ritiro nel punto vendita). Grande attenzione anche per il Growing e il Proximity marketing applicato sullo smartphone o sui device Datalogic, come il nuovo "Joya Touch". I visitatori hanno mostrato curiosità anche per i display digitali e per lo specchio con l'immagine video ritardata, che permette al cliente di vedere come gli sta un abito visto da dietro – [cefla.com](http://cefla.com)

poiché in concorrenza con gli offerenti presenti in internet, il commercio è costretto a rendere sempre più attraenti i suoi negozi. Nello stesso tempo il collegamento del negozio stazionario con internet provvede ad un nuovo tipo di commercio ed a nuovi concetti di arredamento. La moderna tecnologia dell'informazione sta diventando sempre più importante.

"Il cliente si aspetta ambedue i servizi, da una parte l'esperienza incomparabile di poter fare lo shopping direttamente sul posto, dall'altra la consegna a casa sua. Il classico commercio stazionario provvede sempre di più a potenziare il suo shop online ed i grandi commercianti online puntano sempre più ad aprire negozi propri. La EuroShop è riuscita a riunire ambedue i mondi", dichiara Michael Gerling, Direttore di EHI Retail Institute. Ed aggiunge: "Negozi stazionari e commercio online crescono sempre più insieme e così si fondono alla EuroShop, in modo crescente, anche le due aree espositive: costruzione negozi e tecnologia".

La EuroShop 2017 sostiene anche: la priorità assoluta per i negozi si chiama emozione pura! La narrazione ha assunto una funzione di primo piano



Per espandere la progettazione e usi della propria gamma di pannelli e superfici Dukta, Kolar ha recentemente introdotto un nuovo servizio di personalizzazione: Dukta® Print offre infatti la possibilità di avere la superficie stampata digitalmente di tutti e quattro i modelli di pannelli. Il materiale di partenza è un MDF legno compensato naturale o nero o abete rosso tre strati – [kolar.at](http://kolar.at)

in molti concetti, soluzioni e prodotti della EuroShop 2017. Sia l'architettura, il design, l'illuminazione o l'incorporazione dei moderni componenti digitali



La luce fornisce un collegamento armonico tra l'architettura, il prodotto e l'individuo. Si creano emozioni che hanno un effetto positivo sulla intenzione di acquistare e fissa l'esperienza di vendita al dettaglio nella memoria del consumatore. "Limbic® Lighting" da Zumtobel consente un approccio di gruppo orientato al bersaglio per i diversi tipi di personalità utilizzando messaggi e immagini che vengono generati dagli scenari di luce personalizzate. Come è di vitale importanza per l'istinto di sopravvivenza umana in modo rapido e inconsciamente notare oggetti in movimento, i nostri occhi sono rivolti spontaneamente a tutto ciò che cambia. L'idea alla base Active Light da Zumtobel si basa sui risultati delle analisi di laboratorio e di campo di studio Limbic® Lighting, in modo sottile e dinamicamente sostenere la percezione selettiva degli esseri umani - [zumtobel.com](http://zumtobel.com)

nella costruzione del negozio, tutto quanto deve seguire una drammaturgia comune, per dare al cliente la spinta di partenza decisiva. Così non c'è da meravigliarsi, se è proprio il visual merchandising per l'allestimento individuale di aree di vendita a guadagnare importanza sempre più in modo crescente. Da uno studio di EHI presentato alla EuroShop si desume che la volontà d'investimento del commercio in Germania è quasi raddoppiata in tutti i settori.

Il commercio investe anche pesantemente nella tecnologia LED e tecnica di refrigerazione. Questo non è stato solamente un ulteriore risultato dello Studio EHI, bensì è stato anche presente nei padiglioni fieristici. Risparmio energetico e sostenibilità hanno la priorità assoluta per i commercianti, per questo motivo l'EuroShop Special Ecopark con il suo forum ha avuto una grande partecipazione. Complessivamente i forum conferenza che hanno

accompagnato i diversi segmenti della EuroShop sono stati ben frequentati, molti visitatori di EuroShop hanno portato a casa preziosi suggerimenti, dai dibattiti pratici internazionali, sia dal forum Architektur & Design, dal Forum EuroCIS, dal Forum Omnichannel, dal Forum POPAI o dal FORUM Expo & Event.



All'interno di una stanza fatta interamente di carta, Molo ha presentato la collezione Soft. Ideata da Stephanie Forsythe + Todd MacAllen, la collezione crea opportunità scultoree sia per creare spazio sia per l'esposizione del prodotto, utilizzando la versione cartacea e tessile della parete flessibile Molo e i diversi elementi modulari, panche, tavoli, banchi, podi e l'illuminazione - [molodesign.com](http://molodesign.com)

La prossima EuroShop si terrà a Düsseldorf dal 16 al 20 febbraio 2020, mentre la prossima EuroCIS, manifestazione annuale in particolare per i temi di Retail Technology, avrà luogo dal 27 febbraio al 1° marzo 2018.

[euroshop.de](http://euroshop.de)



The Tracking Magnet è un sistema che trova nella miniaturizzazione e nel minimalismo i suoi punti di forza. Il binario con alimentazione 24V è magnetico ed in grado di ospitare una gamma completa di apparecchi illuminotecnici per ogni tipologia di applicazione - [flos.com](http://flos.com)