

**PARIS
RETAIL
WEEK**

**10. 11. 12 _
SEPT 2018**

**PARIS EXPO
PORTE DE
VERSAILLES
PAVILLON 1**

**PARIS
RETAIL
WEEK**



*Paris Retail Week 2018, l'avènement
du commerce phygital
De grandes nouveautés annoncées
pour 2019.*

Communiqué de presse
Paris, le 19 septembre 2018

La 4^{ème} édition de Paris Retail Week s'est achevée le 12 septembre dernier après trois journées placées sous le signe du Smart Phygital. Au rythme des rencontres sur les stands, des conférences, des keynotes et de la cérémonie des Paris Retail Awards, les professionnels du commerce ont partagé leurs expériences et échangé sur les tendances du retail qui ne cesse de se réinventer.

L'occasion également pour Comexposium d'annoncer ses nouvelles ambitions pour Paris Retail Week 2019 et le lancement d'un événement One to One dédié aux décideurs du Retail Design et de l'expérience client : One to One Retail Design & Tech.

DONNÉES CLÉS PARIS RETAIL WEEK 2018

- Une fréquentation de 34 895 visiteurs professionnels
- Plus de 700 exposants et 436 speakers
- les interventions d'acteurs majeurs : FEVAD, Amazon, Google, Facebook, Alibaba, JD.com, Fnac, Adidas, Groupe Etam, Monoprix, Rakuten, Intersport, Wonderbox, C. Discount, La Fourchette, La Redoute, Groupe Eram, Rue du Commerce, Saguez & Partners...
- 18 340 participants aux conférences
- 1 184 rendez-vous organisés lors des Business Meetings
- 10 prix décernés
- 2 Paris Retail Tours au cœur de points de vente novateurs de la capitale
- #ParisRetailWeek en trend topic les 11 et 12 septembre

Le Smart Phygital, la nouvelle donne du commerce d'aujourd'hui

Cette 4^{ème} édition du salon Paris Retail Week a réuni les acteurs du commerce physique et online. «*Sous le motto du Smart Phygital, les rencontres et débats ont prouvé que la frontière entre le physique et le digital n'est plus. Au cœur de ces nouvelles tendances, l'hyper-empathie devient un véritable enjeu business.*», précise Arnaud Gallet, Directeur de Paris Retail Week. L'événement phare de la rentrée a mis en lumière cette union plus que jamais d'actualité au travers des solutions présentées, retours d'expérience et témoignages.

Ainsi, grâce au digital, il est désormais possible de personnaliser tout objet numériquement (impression 3D, gravure, etc.) et de vivre des expériences d'achat toujours plus personnalisées. **Du parcours d'achat au parcours de vie**, le consommateur souhaite être accompagné dans son quotidien pour plus de facilité et de confort. Par ailleurs, une brèche s'est ouverte pour tous les services d'assistant personnel, que ce soit sur le web, dans les magasins et maintenant chez soi. Désormais intelligents grâce au déploiement des technologies NLP (Natural Language Processing), les assistants vocaux anticipent nos désirs, nos envies et facilitent notre quotidien. Paris Retail Week a illustré l'ère du **conversationnel** au travers de la présence des robots Tiki d'Event Boots qui ont accueilli les visiteurs. Le [PICOM](#) a également révélé plusieurs projets en cours de développement dont celui de Decathlon, qui au travers d'un Cube propose au client de découvrir son sport de prédilection. **La Data s'est également positionnée en grande tendance.** «*Les consommateurs sont demandeurs de personnalisation et prêts à partager leur data si on leur propose une expérience innovante et pertinente*», précise le co-founder de Early Birds à la table ronde Google Cloud. Autre tendance, les prémices d'un **commerce plus écologique** émergent, les visiteurs ont pu découvrir des projets de dématérialisation dont celui des tickets de caisse initié par Auchan France. Ces derniers peuvent être désormais envoyés par mail avec des astuces et conseils de nutrition ou des recettes à l'appui.

En véritable **source d'inspiration**, l'événement a également accueilli des acteurs internationaux, chinois, japonais, américains venus expliquer leur vision du commerce connecté : JD.com pour présenter son approche "retail as a service", ou encore Alibaba et Hanshow sur le futur du nouveau retail... Takashi Okutani, Executive Officer de Oisix, Olivier Saguez, célèbre designer qu'on ne présente plus, Brendan Witcher, l'analyste connu et reconnu de Forrester, ou Chieh Huang co-fondateur de Boxed.com, pour ne citer qu'eux.

Les participants aux Paris Retail Tours ont aussi pu découvrir la stratégie et la créativité des marques pour attirer, séduire et fidéliser leur clientèle en point de vente au sein, entre autres, des boutiques **Salomon, Aroma Zone, Nocibé, Nature & Découvertes, Leroy Merlin, Biocoop Dada, drugstore parisien, Flagship H&M, Flagship Bande à Part...**

Les Paris Retail Awards : la célébration de l'innovation

Les **10 prix** remis lors de la cérémonie des Paris Retail Awards ont offert une nouvelle fois une vitrine de choix à des entreprises innovantes, leur permettant de nouer des contacts à fort potentiel auprès des professionnels présents.

[SMARTLY.IO](#) et sa solution de Video Template Editor a été distingué dans la catégorie **Expérience client** et [SELLERMANIA](#) dans la catégorie **Technologie** grâce à sa solution de gestion de Marketplace. Le prix **CRM, du Lead au client**, a été décerné à [NOTIFY](#) qui a développé une solution basée sur le temps Réel et l'IA permettant d'accroître leur taux de conversion en détectant le meilleur moment pour communiquer. " *Cet Award récompense notre innovation Best Time qui offre aux marques non seulement un taux élevé de transformation, mais aussi une relation client respectueuse et personnalisée.* " précise Franck Lhuerre, CEO de Notify

Les **Coups de cœur du jury** ont été décernés, à [MERITO](#) pour sa plateforme de recrutement et à [CAPITALDATA](#) pour sa solution Tourist Tracker dédiée aux touristes étrangers et la distinction **French Initiative** a été remise à [ANGUS.AI](#) pour sa solution Pogkeeper qui permet de visualiser en temps réel l'état des rayons en magasin. ANGUS.AI a également été distingué dans la catégorie **Digitalisation du point de vente**.

Enfin le prix **Rookie Of The Year**, qui récompense une start-up pour son concept innovant et prometteur, a récompensé [MERITO](#) pour sa plateforme de recrutement qui mutualise les employés entre magasins.

[REVER.S.IO.](#) a remporté le prix Gagnant des gagnants **Paris Retail Golden Award** ainsi que celui de la catégorie **Logistique**. « Ces prix traduisent un vrai changement de mindset sur l'importance de la reverse logistics dans le secteur de la distribution online et offline. » déclare Vincent Torres, CEO de Revers.io.

Une édition 2019 qui s'annonce riche en nouveautés

Cette quatrième édition s'achève et déjà **l'édition 2019** est très attendue avec une nouvelle formule et de nouvelles ambitions affichées : simplicité, lisibilité, accessibilité et efficacité avec des solutions pratiques et enfin toujours une grande convivialité.

Paris Retail Week 2019 réunira du **24 au 26 septembre 2019, à Paris Expo Porte de Versailles**, les professionnels du commerce digital et du marketing sous un nouveau format plus expérientiel. Tous poseront ainsi un regard renouvelé sur les enjeux digitaux du moment : définir un parcours client mobile et agile, intégrer les nouveaux moyens de paiement, adopter une logistique durable, optimiser l'utilisation des marketplaces, redéfinir le positionnement marketing, utiliser avantageusement les datas, maîtriser la vente multicanal...

Paris Retail Week 2019 se positionne comme le **festival du commerce connecté**, et offrira à ses visiteurs une expérience de visite inédite.

Remise d'Awards, Retail Tours et concert live dynamiseront cet événement dédié au partage de connaissances, d'expériences et de bonnes pratiques qui mettra chaque jour une thématique business à l'honneur, et ce dans une ambiance animée ponctuée de happenings. A cet effet, en plein cœur de l'événement, un espace Agora sera consacré aux pitches d'exposants et des challenges thématiques ouverts à tous les participants seront organisés quotidiennement.

Les exposants, qui d'ores et déjà s'inscrivent, auront le choix entre six secteurs pour valoriser leurs produits et leurs solutions : Marketing, Data & Relation Client ; Retail Tech & Digital (in) Store ; Solutions de paiement ; IT for Commerce ; Logistique, E-Logistique & Supply Chain ; Start-Up.

Lancement d'un nouvel événement Retail Design

L'édition 2018 a aussi été l'occasion d'annoncer le lancement par Comexposium d'un nouvel événement **One to One** dédié au business, à l'inspiration et au networking entre experts du Retail Design et de l'expérience client dans une ville synonyme de dynamisme et élue la plus tendance au monde : **Bordeaux***.

One to One Retail Design & Tech rassemblera pour cette première édition à Bordeaux (au **Hangar 14**) les **7 et 8 octobre 2019 plus de 200 décideurs** de l'aménagement et l'agencement des points de vente, du Concept Retail, de l'Architecture, du Merchandising, du Digital in Store et du Marketing PLV.

« *Partout les magasins physiques sont repensés au prisme de l'expérience client et du design, les points de ventes augmentés par la technologie digitale. Dans le même temps, les marques et les enseignes doivent compter avec un consommateur toujours plus complexe à appréhender. Dans cette transformation, **One to One Retail Design & Tech**, est le nouveau rendez-vous premium des professionnels qui veulent s'inspirer pour créer aujourd'hui les points de vente de demain et qui souhaitent de l'efficacité pour trouver les bons partenaires business* », commente Arnaud Gallet, directeur de ce nouvel événement.

Véritable source d'inspiration pour les professionnels qui vont s'y rendre, **One to One Retail Design & Tech** proposera des rencontres en one-to-one avec les fournisseurs, des prises de parole de speakers experts du secteur ayant su faire la différence en France comme à l'international et des conférences inspirationnelles au cœur des préoccupations des décideurs.

Durant ce nouveau rendez-vous **100% grands comptes et 100% ROI**, le networking ne sera pas en reste au travers de 2 déjeuners et 1 soirée pour poursuivre les échanges dans des endroits atypiques et de façon conviviale.

45 partenaires fournisseurs de solutions (agences de design, agences, équipementiers innovants, solutions de digitalisation du point de vente, cabinets d'architectes, studios de conception, POS advertising,...) seront sélectionnés sur dossier par un Comité Éditorial et Stratégique pour apporter les meilleures solutions business aux professionnels.

Cet événement, voué à devenir un rendez-vous annuel incontournable, est d'ores et déjà proposé dans une offre partenaires packagée en deux formules incluant planning de rendez-vous, pass pour le personnel et pour les invités.

Retrouvez dès à présent les communiqués de Paris Retail Week, tout comme le dossier de presse et les visuels sur la [Digital Pressroom dédiée](#).

**Bordeaux : La ville élue la plus "tendance" au monde selon le Lonely Planet 2017.*

A propos de COMEXPOSIUM :

Le groupe Comexposium, l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements, est impliqué dans plus de 170 manifestations BtoC et BtoB, couvrant 11 secteurs d'activité aussi variés que l'agroalimentaire, l'agriculture, la mode, le digital, la sécurité, la construction, le high-tech, l'optique et les transports. Comexposium accueille 45 000 exposants et plus de 3 millions de visiteurs dans 26 pays à travers le monde entier. Comexposium se développe mondialement avec une présence dans une trentaine de pays : Algérie, Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Canada, Chine, Corée, Danemark, Émirats arabes unis, Espagne, États-Unis, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Mexique, Monaco, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Philippines, Qatar, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suède, Thaïlande et la Turquie.

www.comexposium.com

Contact Presse

OXYGEN

Diana Mlazgova / Gaétane Roche / Angélique De Barros

06 64 45 47 39 / 06 66 18 69 18/ 06 50 78 79 43

parisretailweek@oxygen-rp.com