

**PARIS
RETAIL
WEEK**

Communiqué de presse
Paris, le 16 avril 2018

Paris Retail Week – Une 4^{ème} édition placée sous la thématique du *Smart Phygital*

Paris Retail Week, l'événement européen dédié au commerce 360°, ouvrira ses portes du 10 au 12 septembre 2018 à Paris expo Porte de Versailles, Pavillon 1. Pour cette 4^{ème} édition, le salon Equipmag rejoint Paris Retail Week pour présenter les nouveautés et enjeux dans le secteur de l'agencement et de l'équipement du point de vente. Véritable messe du retail de A à Z, Paris Retail Week réunira les professionnels européens du secteur autour de la notion de Smart Phygital : l'écosystème retail global et agile. Tour d'horizon de cette édition.

Le Smart Phygital, un retour à l'essentiel

En 2017, Paris Retail Week faisait la lumière sur le Live Retail, un commerce humain et authentique. Cette tendance va plus loin aujourd'hui. En effet, les consommateurs, toujours plus connectés, alertés et connaisseurs, plébiscitent un retour à l'essentiel : la recherche de sens et de valeur. Ceux-ci revendiquent une **démarche d'achat** (et non plus un acte d'achat) : le positionnement, l'état d'esprit et les valeurs de la marque ont autant d'importance que le produit lui-même. L'IA et les nouvelles technologies sont nécessaires aux retailers pour répondre aux attentes de leurs clients : fluidité, expérience et ultra-personnalisation à contrario des messages groupés, uniformisés et standardisés.

Les retailers l'ont bien compris et proposent aujourd'hui des magasins pensés « comme à la maison ». Ils prennent en compte l'empreinte écologique dans l'optimisation de leur supply chain. Aujourd'hui, les artisans sont les nouvelles stars des marketplaces, et les datas sont utilisées pour tutoyer intimement les consommateurs.

Et le magasin ? Enterré un peu tôt, il s'offre un lifting particulièrement réussi et trouve une nouvelle jeunesse en revenant lui aussi aux sources : le **sensoriel**. Evidemment, **l'équipement** est la pierre angulaire de ce phénomène ; il ne peut y avoir d'expérience réussie en magasin sans un mobilier pensé à cet effet. **L'agencement est mort, vive la scénographie !** Ces sensations s'enrichissent par le digital, une association qui permet

de vivre une expérience d'achat totale et utile, prenant en compte les besoins (grâce à la data) et offrant une réelle valeur ajoutée, notamment du service. Ainsi, en se digitalisant, **les magasins réhumanisent l'achat** : le CRM permet de personnaliser les offres, les vendeurs équipés de tablettes peuvent répondre à toutes les demandes des clients, la transaction devient invisible, le click & collect réconcilie le on et offline.

Pendant 3 jours, sur Paris Retail Week, experts nationaux et internationaux analyseront et débattront de ce nouveau paradigme. Les conférences plénières développeront la thématique du Smart Phygital sous différents angles.

Paris Retail Week : le rendez-vous du commerce expérientiel et connecté

Après trois éditions, Paris Retail Week a assis sa légitimité et est devenu l'événement incontournable dans le secteur du retail. Cette édition 2018 présentera l'ensemble de la chaîne de valeur du commerce 360° : nouveaux modèles de distribution, agencement et design, parcours consommateur, web-to-store et store-to-web, CRM, omnicanal, shopper marketing, logistique agile etc.

Pendant 3 jours, **40 000 professionnels et 800 sociétés participantes** (exposants, conférenciers et partenaires) se donnent rendez-vous à Paris.

L'événement phare de la rentrée présentera les solutions, services et produits aux professionnels du secteur à la recherche de prestataires innovants en matière de :

- ✓ IT For Commerce
- ✓ Retail Tech / Digital in Store
- ✓ Agencement / Equipement
- ✓ Solutions de Paiement
- ✓ Marketing, Data et Relation Client
- ✓ Logistique, e-logistique et Supply Chain

En complément de ces zones dédiées aux principales offres des exposants présents sur le salon, Paris Retail Week accueillera également un **Espace Start-Up** réunissant de jeunes sociétés qui exposeront les solutions retail les plus innovantes, ainsi qu'un **Village Club Enseigne & Innovation**.

Avec plus de 820 rendez-vous programmés en 2017, les Business Meetings reviennent pour créer une émulation positive sur le salon. Ce service permet de planifier et de préparer des rencontres entre exposants et porteurs de projets qualifiés.

*« Cette nouvelle édition de Paris Retail Week s'annonce particulièrement riche pour les professionnels. Ils pourront profiter des meilleurs best cases des fournisseurs de solutions avec les Ateliers Solutions, découvrir les nouveautés et tendances du marché, s'enrichir des keynotes réalisées par les plus grands retailers du moment, apprendre à travers les Académies des géants du web... Paris Retail Week est une occasion unique de rencontrer, une fois par an, l'ensemble des acteurs de cet univers en mutation permanente : le retail. Nous avons hâte d'ouvrir les portes du salon et de lancer cette édition 2018 ! », commente **Arnaud Gallet, nouveau Directeur de Paris Retail Week.***

Découvrir les pépites de demain

Paris est une ville inspirante, et les retailers ne sont pas à la traîne dans la création de nouveaux concepts et de scénographies uniques. Afin de faire découvrir les lieux les plus innovants, avec l'usage de nouvelles technologies ou un parti pris fort, Paris Retail Week organise en parallèle au salon trois **Paris Retail Tours** dans les rues de la capitale.

Par ailleurs, les **Paris Retail Awards**, véritable institution dans le secteur, récompenseront les meilleures innovations et projets. Ces prix permettent aux prestataires et fournisseurs de solutions de renforcer leur notoriété et de récompenser les efforts de toute une équipe. Plusieurs lauréats des éditions précédentes ont notamment bénéficié de tremplins financiers ou humains suite à l'obtention d'un Award. Le prix **Rookie Of The Year** mettra quant à lui en lumière 3 start-up finalistes, qui pitcheront leurs projets le jour J avant d'être départagées par le vote du public. La cérémonie de remise des Awards aura lieu le lundi 10 septembre, dans le cadre du salon.

Cette nouvelle édition de Paris Retail Week s'annonce sous les meilleurs auspices pour les professionnels du secteur. Découvertes, expertises, innovations, business et rencontres seront les maîtres mots de cette 4^{ème} édition.

A propos du Groupe 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

PARIS RETAIL WEEK #ParisRetailWeek

10 au 12 septembre 2018

Paris expo Porte de Versailles – Pavillon 1

800 exposants – 40 000 professionnels

350 top speakers - 3 store tours- 11 awards

www.parisretailweek.com

Contact Presse

OXYGEN

Pauline Turpeau / Flavia Sola

01 84 02 11 28 / 01 41 11 37 93

parisretailweek@oxygen-rp.com