



**Paris Retail Week – el advenimiento del
comercio “phygital” (físico y digital)
Grandes novedades anunciadas para 2019**

La cuarta edición de Paris Retail Week finalizó el 12 de septiembre después de tres días bajo el signo de Smart Phygital. Al ritmo de las reuniones en los stands, conferencias, keynotes y la ceremonia de entrega de los Premios Paris Retail Awards, los profesionales del comercio compartieron sus experiencias e intercambiaron sobre las tendencias del comercio minorista que se reinventan constantemente. Fue igualmente la ocasión para que Comexposium anuncie sus nuevas ambiciones para Paris Retail Week 2019 y el lanzamiento de un evento One to One dedicado a los responsables de la toma de decisiones de Retail Design y de la experiencia cliente: One to One Retail Design & Tech.

DATOS CLAVE DE PARIS RETAIL WEEK 2018

- Frecuentación de 34.895 visitantes profesionales
- Más de 700 expositores y 436 speakers – las intervenciones de : 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 participantes en las conferencias
- 1.184 citas organizadas a través de los Business Meetings
- 10 premios entregados - 2 Paris Retail Tours al corazón de los puntos de venta innovadores de la capital
- #ParisRetailWeek trend topic los días 11 y 12 de septiembre

El Smart Phygital, el nuevo negocio de hoy

Esta cuarta edición de la feria Paris Retail Week reunió a los protagonistas del comercio físico y online. "Bajo el lema de Smart Phygital, las reuniones y debates han demostrado que la frontera entre lo físico y lo digital ya no existe. En el corazón de estas nuevas tendencias, la híper empatía se convierte en un verdadero desafío comercial ", dice Arnaud Gallet, Director de Paris Retail Week. El evento clave de la temporada sacó a la luz esta unión más que nunca de actualidad a través de las soluciones presentadas, comentarios y testimonios.

De este modo, gracias a la tecnología digital, ahora es posible personalizar cualquier objeto numéricamente (impresión 3D, grabado, etc.) y vivir experiencias de compra cada vez más personalizadas. **Desde el viaje de compras hasta el curso de la vida**, el consumidor desea ser acompañado en su vida diaria de mayor comodidad y facilidad. Además, se ha abierto una brecha para todos los servicios de asistencia personal, ya sea en la web, en las tiendas y ahora en casa. Ahora gracias a la implementación inteligente de las tecnologías NLP (procesamiento de lenguaje natural), los asistentes de voz se anticipan a nuestros deseos y facilitan nuestra vida diaria. Paris Retail Week ilustró la era de la **conversación** a través de la presencia de los robots Tiki de Event Boots que dieron la bienvenida a los visitantes.

[PICOM](#) también reveló varios proyectos en curso de desarrollo, incluido el de Decathlon, que a través de un Cube ofrece al cliente descubrir su deporte favorito. **Los Datos también se han posicionado como una gran tendencia.**

"Los consumidores buscan personalización y están dispuestos a compartir sus datos si les ofrecemos una experiencia innovadora y relevante", dice el co-fundador de Early Birds en la mesa redonda de Google Cloud. Otra tendencia, los comienzos de un comercio más ecológico emergen, los visitantes pudieron descubrir proyectos de desmaterialización, incluidos los recibos de caja iniciados por Auchan France. Ahora pueden enviarse por correo electrónico con sugerencias y consejos nutricionales o recetas.

Como una verdadera **fuentes de inspiración**, el evento también recibió a protagonistas internacionales, chinos, japoneses y estadounidenses que vinieron a explicar su visión del comercio conectado: JD.com presentó su enfoque "minorista como servicio", o Alibaba y Hanshow sobre el futuro del nuevo minorista ... Takashi Okutani, Oficial Ejecutivo de Oisix, Olivier Saguez, célebre diseñador que no necesita presentación, Brendan Witcher, el conocido y reconocido analista de Forrester, o Chieh Huang cofundador de Boxed.com, por nombrar solo a algunos de ellos.

Los participantes en los Paris Retail Tours también pudieron descubrir la estrategia y la creatividad de las marcas para atraer, seducir y fidelizar a sus clientes en los puntos de venta, entre otros, las tiendas **Salomon, Aroma Zone, Nocibé, Nature & Découvertes, Leroy Merlin, Biocoop Dada, drugstore de París, Flagship H & M, Flagship Bande à Part ...**

Los premios Paris Retail Awards : la celebración de la innovación

Los 10 premios otorgados en la ceremonia de los Paris Retail Awards ofrecieron una vez más una muestra de elección para las empresas innovadoras, permitiéndoles establecer contactos de alto potencial con los profesionales presentes.

[SMARTLY.IO](#) y su solución de Editor de plantillas de video ha sido distinguida en la categoría Experiencia del cliente y [SELLERMANIA](#) en la categoría Tecnología gracias a su solución de administración de Marketplace. El CRM Award, de Lead to Customer, fue otorgado a [NOTIFY](#), que desarrolló una solución basada en Real Time e IA para aumentar su tasa de conversión al detectar el mejor momento para comunicarse. "Este premio reconoce nuestra innovación Best Time, que ofrece a las marcas no solo una alta tasa de transformación, sino también una relación respetuosa y personalizada con los clientes", afirma Franck Lhuerre, CEO de Notify.

Los favoritos del jurado fueron otorgados a [MERITO](#) por su plataforma de reclutamiento y a [CAPITALDATA](#) por su solución Tourist Tracker dedicada a turistas extranjeros, y el premio

Iniciativa Francesa fue concedido a [ANGUS.AI](#) por su solución Pogkeeper, que permite a los usuarios visualizar en tiempo real el estado de los lineales en la tienda. ANGUS.AI también se distinguió en la categoría de Digitalización del punto de venta. Finalmente, el Premio al Novato del Año, que premia a una empresa emergente por su concepto innovador y prometedor, ha recompensado a [MERITO](#) por su plataforma de reclutamiento que reúne a los empleados entre las tiendas.

[REVERS.IO](#), ganó el Premio ganador de ganadores Paris Retail Golden Award, así como el de la categoría de Logística. "Estos premios reflejan un cambio real de mentalidad sobre la importancia de la logística inversa en el sector de distribución online y offline » dice Vincent Torres, CEO de Revers.io.

Una edición de 2019 que promete ser rica en novedades

Con esta cuarta edición finalizada, ya se espera ansiosamente la edición 2019 con una nueva fórmula y nuevas ambiciones: simplicidad, legibilidad, accesibilidad y eficiencia con soluciones prácticas y, finalmente, como siempre, un ambiente cordial y distendido.

Paris Retail Week 2019 reunirá del **24 al 26 de septiembre de 2019, en Paris Expo Porte de Versailles**, a los profesionales del comercio digital y del marketing en un nuevo formato más experiencial. Todos tendrán así una nueva visión de los desafíos digitales del momento: definir un viaje del cliente ágil y móvil, integrar los nuevos métodos de pago, adoptar una logística sostenible, optimizar el uso de los mercados, redefinir el posicionamiento de marketing, utilizar los datos de forma ventajosa, dominar la venta multicanal ...

Paris Retail Week 2019 se posiciona como el festival de comercio conectado, y ofrecerá a sus visitantes una experiencia de visita sin precedentes.

La ceremonia de entrega de premios, los Retail Tours y el concierto en vivo dinamizarán este evento dedicado al intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas, que pondrá cada día un tema de negocios en el centro de atención, en una atmósfera animada y llena de eventos. Para este propósito, en el corazón del salón, un espacio Ágora se dedicará a presentaciones de expositores y se organizarán diariamente desafíos temáticos abiertos para todos los participantes.

Los expositores, que ya se están inscribiendo, podrán elegir entre seis sectores para promocionar sus productos y soluciones: Marketing, Data y relación con el cliente; Retail Tech & Digital (in); Soluciones de pago; IT para el Comercio; Logística, E-Logística y cadena de suministro; Start-Up.

Lanzamiento de un nuevo evento Retail Design

La edición 2018 también fue la ocasión para anunciar el lanzamiento por parte de Comexposium de un nuevo evento **One to One** dedicado a los negocios, la inspiración y la creación de redes entre los expertos en Retail Design y la experiencia del cliente en una ciudad sinónimo de dinamismo y votada como la ciudad con más « tendencia » del mundo: **Burdeos** *.

One to One Retail Design & Tech reunirá para esta primera edición en Burdeos (en el **Hangar 14**) los días **7 y 8 de octubre de 2019 a más de 200 responsables** de la toma de decisiones sobre diseño y distribución de puntos de venta, del Retail Concept, la Arquitectura, el Merchandising, el Digital in Store y el Marketing PLV.

« En todas partes las tiendas físicas se rediseñan con el prisma de la experiencia del cliente y el diseño, los puntos de venta aumentados gracias a la tecnología digital. Al mismo tiempo, las marcas tienen que lidiar con un consumidor cada vez más complejo de comprender. En esta transformación, One to One Retail Design & Tech, es la nueva cita premium para los profesionales que desean inspirarse hoy para crear los puntos de venta del mañana y que desean eficiencia para encontrar a los socios comerciales adecuados », comentó Arnaud Gallet, director de este nuevo evento.

Una verdadera fuente de inspiración para los profesionales que acudan a la cita, **One to One Retail Design & Tech** ofrecerá reuniones individuales con los proveedores, conferencias de expertos de la industria que han marcado la diferencia en la industria tanto en Francia como en el exterior, y conferencias inspiradoras en el corazón de las preocupaciones de los tomadores de decisiones.

Durante esta nueva cita, **100% grandes cuentas y 100% retorno de la inversión**, el networking no se quedará atrás a través de 2 almuerzos y 1 velada para continuar los intercambios en lugares atípicos y de manera amistosa.

45 proveedores de soluciones (agencias y estudios de diseño, diseñadores, fabricantes de equipos innovadores, soluciones de digitalización en puntos de venta, gabinetes de arquitectura, estudio, publicidad en punto de venta, etc.) serán seleccionados por un Comité Editorial y Estratégico para aportar las mejores soluciones de negocios a los profesionales. Este evento, que está destinado a convertirse en una cita anual esencial, se ofrece ya desde ahora en dos fórmulas que incluyen planificación de citas, pase para el personal y para los invitados.

Descubra desde ahora los comunicados de Paris Retail Week, así como el kit de prensa y las imágenes [en la sala de prensa digital](#).
<https://www.parisretailweek.com/Presse/digital-pressroom>

* Burdeos: elegida como la ciudad con más "tendencia" del mundo según Lonely Planet 2017.

Acerca del Grupo Comexposium:

Uno de los organizadores de eventos más importantes del mundo, participa en más de 170 eventos BtoC y BtoB, que abarcan 11 sectores tan diversos como agroalimentaria, agricultura, moda, seguridad interna de los estados, construcción, alta tecnología, óptica y transportes. COMEXPOSIUM alberga 45.000 expositores y más de 3 millones de visitantes en 23 países de todo el mundo.

www.comexposium.com

Contacto Prensa

Promosalons España

Sylvia Guyader

Tel 932 178 596

prensa@promosalons.es