

Retail : 3 tendances à retenir du salon Euroshop 2020

Pour la première fois, la rédaction de Maddyness est partie à la découverte du salon Euroshop qui se tenait du 16 au 20 février dernier à Dusseldorf et dont la promesse est de regrouper tout ce qui se fait de mieux dans l'industrie du Retail. Retour sur les 3 grandes tendances qui nous ont marquées cette année.

Temps de lecture : minute

21 février 2020

Créé en 1966, Euroshop est, avec le salon NRF, l'un des grands événements majeurs mondiaux qui rassemble, tous les trois ans, l'écosystème Retail mondial. Sur fond de Coronavirus, le salon triennal Allemand a tout de même attiré, cette année, plus de 94 000 visiteurs venant de 142 pays. Malgré un manque d'innovations disruptives majeures, l'événement reste toujours une référence et a fait la part belle à des sujets qui dépassent souvent la simple sphère du monde de la Distribution...

De la data en veux-tu en voilà !

Qu'on se le dise, la donnée est le nouveau dada de bon nombre d'entreprises soucieuses de personnaliser voire de perfectionner leur expérience utilisateur. Avec un marché mondial en pleine croissance, estimé à 210 milliards de dollars en 2020, la question de l'utilisation et de la valorisation de la donnée, a été au centre de toutes les préoccupations, d'autant plus dans le secteur de la distribution, en pleine mutation ces dernières années avec l'arrivée massive de e-commerçants qui ont rebattus les cartes d'un marché longtemps verrouillé.



À lire aussi

Pourquoi vous devriez former toutes vos équipes à la data

Plus innovant, plus responsable ?

L'impact des sociétés sur la Société n'a jamais été autant au centre de l'actualité. Les entreprises du secteur de la distribution, longtemps considérées comme peu respectueuses de l'environnement, sont maintenant engagées dans une transformation à marche forcée de leur fonctionnement et de leurs valeurs. Si un maître mot régnait en roi dans les allées de cette édition 2020 d'Euroshop, c'est bien le mot " Responsable ", à l'instar de la startup Zéro Gachis qui vise à accompagner les grands distributeurs dans la réduction du gaspillage alimentaire.



À lire aussi

Impact environnemental du numérique : une méthodologie attendue pour 2022

La France, une place de choix dans le retail mondial

Cocorico, la France est toujours un poids lourd du secteur de la distribution avec des groupes mondialement connus certes, mais également bon nombre de startups qui inventent les solutions de demain. C'est d'ailleurs une délégation de 30 startups et PME que Business France a embarqué dans ses bagages cette année, ce qui en faisait l'une des principales délégations représentées sur l'événement. Des solutions établies comme Alkemics ou Lyra, côtoyaient des plus jeunes telles que Cloudi-Fi pour devenir demain, qui sait, les nouveaux mastodontes mondiaux du secteur ? Réponse dans quelques années...

