** **

**INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 19 grudnia 2022

**Targi RetailShow 2022 odbyły się z sukcesem po dwuletniej przerwie**

**11 edycja Międzynarodowych Targów Wyposażenia Sklepów RetailShow już za nami. Oferta wystawców i wystąpienia na konferencji Retail Congress pokazały skalę możliwości nowoczesnych rozwiązań dla sieci handlowych wspartych najnowszymi zdobyczami sztucznej inteligencji, automatyzacji i energooszczędności. Ponad 3500 managerów i specjalistów rynku retail oraz ponad 150 wystawców miało okazję do** [**wymiany doświadczeń**](http://retailshow.pl/pl/relacja-wideo)**.**

Wyczekiwane przez branżę handlową wydarzenie spełniło oczekiwania wystawców i odwiedzających, którzy mogli porozmawiać i sprawdzić w praktyce produkty i technologie wspierające obsługę współczesnego konsumenta.

**Trendy odzwierciedlone w projektach sklepów**

Wątki łączenia świata online i offline, metaverse, sprawienie, by nowe pokolenia kupujących były lojalnymi klientami, ale też zadbanie o potrzeby dojrzałych konsumentów, przewijały się w trakcie konferencji Retail Congress. Dyskutowane było również przyspieszenie niektórych trendów, a także ich polaryzacja np. wzrost segmentów economy i premium. By właściciele i zarządzający sklepami mogli się w tym otoczeniu odnaleźć, niezbędne są takie wydarzenia jak targi RetailShow, gdzie można sprawdzić funkcjonalności i dobrać rozwiązania w Modelowym Sklepie, na ekspozycjach wystawców czy w targowych alejkach, którymi poruszały się nowoczesne roboty.

Ta nowoczesność rozpoczyna się od innowacyjnego projektu sklepu. To zarówno oświetlenie dostosowane do produktu, odpowiedni dźwięk, który stanowi o nastroju klienta czy widoczne ekologiczne trendy, które uwzględniają materiały z recyklingu lub naturalnego drewna. Branża idzie w kierunku sklepów autonomicznych, gdzie właściwie klient sam może zrobić zakupy. Sklepy coraz częściej są też budowane przez emocje, a nie tylko codzienną potrzebę zakupów, dlatego niezwykle istotne jest, aby przyciągały klientów swoją wyjątkowością.

– *W wykonaniu naszej firmy, projektowanie rozpoczynamy od dobrego rozpoznania potrzeb klienta.* *Proponowaliśmy skorzystanie z gogli VR, które pozwalały na wirtualny spacer, podczas którego można było sprawdzić, jak sklep funkcjonuje w całości, wirtualnie dotknąć produktu i poczuć się jak klient* – mówił Michał Mitek, Design Manager z firmy Wanzl.

Wiele rozwiązań w Modelowym Sklepie pokazała jedna z najbardziej znanych firm w zakresie wyposażenia sklepowego, MAGO. Były to m.in.: inteligentne wózki Clever, e-bramka czy hybrydowe boksy kasowe, które są albo samoobsługowe lub z udziałem kasjera.

– *Uwagę klientów przyciągała nowa modułowa linia boksów kasowych QUBE, za którą firma w tym roku otrzymała już jedną nagrodę, a także została wyróżniona na RetailShow. Pokładamy w tym produkcie spore nadzieje i będziemy go mocno eksponowali w najbliższym czasie* – podkreślał Sebastian Pender, Marketing Manager MAGO S.A.

**Rozwiązania przyszłości**

Inną nowością na RetailShow prezentowaną przez firmę HIKVISION POLAND na stoisku, jak i na konferencji, była telewizja dozorowa. Jej rola nie ogranicza się już tylko do bezpieczeństwa, ale także dzięki odpowiedniej analityce obrazu staje się przydatna w marketingu i stanowi wsparcie sprzedaży.

– *Odbyliśmy bardzo ciekawe rozmowy z dużymi sieciami handlowymi, które potwierdzają potencjał naszego produktu i potrzebę, aby wyjść poza monitoring wizyjny i wykorzystać kamery do analiz marketingowych. Wraz z działem R&D kładziemy duży nacisk na produkcję różnego rodzaju algorytmów, które pomogą retailerom w podejmowaniu decyzji bazujących na analizie danych. Chcemy być częścią zmian, które następują, a więc łączenia świata wirtualnego ze światem offline* – powiedział Łukasz Lik, Technical & Marketing Manager z firmy HIKVISION POLAND.

Również firma Mago Partner jest zadowolona z rozmów z klientami na RetailShow, szczególnie, że zdecydowała się na zupełnie inną niż dotychczas formułę stoiska, otwartą. Jak podkreśliła Justyna Grzela, dyrektor handlowy Mago Partner, goście czuli się swobodnie, przestronnie i lekko, co stanowiło dobry punkt wyjścia do rozmów.

– *W tym roku bardziej skupiliśmy się na tym, żeby pokazać nowe rozwiązania w zakresie systemów towarowania w zależności od rodzaju produktu. Na RetailShow odwiedzającymi z jednej strony są sieci, ale przyjeżdżają też właściciele sklepów, którzy są świadomi, że, aby utrzymać się na rynku, muszą wyróżnić się, by sklep został zapamiętany oraz aby klient mógł odnaleźć wszystkie poszukiwane produkty i mógł dokonać świadomych i udanych zakupów* – dodała.

Powiedziała także, że formuła, którą zapewniają targi, a więc możliwość przyjechania, dotknięcia regału czy innych produktów nie umrze, gdyż zderzenie z rzeczywistością, a nie bazowanie tylko na zdjęciach, jest kluczowe. Poza tym nic nie zastąpi możliwości podania sobie ręki z klientem i bezpośredniej rozmowy nic nie zastąpi. Wiedza i informacje zwrotne czerpane od uczestników targów są bardzo cenne i ważne dla wystawców, zwłaszcza tych, którzy tworzą nowe produkty i proponują innowacyjne trendy.

**RetailShow - źródło wiedzy i inspiracji**

Tegoroczna edycja RetaShow była szczególna, emanowała wiedzą i doświadczeniami, które branża handlowa zebrała przez ostatnie lata dostosowując się do sytuacji gospodarczej i społecznej. Bez wątpienia wypracowane przez wystawców rozwiązania pozwoliły przedstawicielom sieci, centrów handlowych, najemców i właścicieli sklepów rozeznać się w produktach, które pomogą efektywniej prowadzić biznes. Wiedzę uzupełnili prelegenci konferencji Retail Congress, na której w większym gronie można było dyskutować o zmianach, potrzebach, a przede wszystkim przyszłości branży. Kreatywność, innowacyjność i zaangażowanie firm widoczne były na każdym kroku.

Kolejna edycja tej wiodącej imprezy wystawienniczej w sektorze retail w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej odbędzie się w listopadzie 2023 w Centrum EXPO XXI w Warszawie.

**Nagrody rozdane**

Targi RetailShow to też miejsce, gdzie grono ekspertów wyróżnia najlepsze produkty i koncepty sklepowe. Jury pod przewodnictwem dra Marka Borowińskiego wyłoniło laureatów branżowych konkursów Best Shop Concept 2022 oraz Innowacje Handlu 2022

Zwycięzcami konkursu Best Shop Concept 2022 zostały:

DELIKATESY PAN STESKAL

Kategoria: Supermarket

Firma: Baero Polska Sp. z o.o.

SKLEP SPOŻYWCZY MERKUS

Kategoria: Supermarket

Firma: Sam 34 Marek Theus Spółka Jawna

U WOJTKA

Kategoria: Sklep typu convenience

Firma: GRID Studio Projektowe

TOMMY JEANS

Kategoria: Sklep odzieżowy  
Firma: A+D Dariusz Gocławski

SAVICKI

Kategoria: Sklep specjalistyczny

Firma: Savicki 1976 Sp. z o.o.

8a.pl

Kategoria: Sklep specjalistyczny

Firma: MUSU Anna Irek

CUKIERNIA I KAWIARNIA A.BLIKLE

Kategoria: Gastronomia

Firma: LSD.studio

.

Tytuły Innowacje Handlu 2022 trafiły do poniższych firm:

Produkt: Kasa samoobsługowa Novitus Netris

Kategoria: Kasy fiskalne i wagi

Firma: COMP S.A. Oddział Novitus

Produkt: DatecsPay

Kategoria: Rozwiązania płatnicze

Firma: Datecs-Polska Sp. z o.o.

Produkt: Senor X5s

Kategoria: Drukarki, skanery, kolektory, POS

Firma: Datecs-Polska Sp. z o.o.

Produkt: Energy Saving Doors

Kategoria: Projekty i wyposażenie wnętrz sklepowych

Firma: ES System K Sp. z o.o.

Produkt: Linia modułowych boksów samoobsługowych QUBE

Kategoria: Rozwiązania płatnicze

Firma: MAGO S.A.

Produkt: Komputer mobilny Zebra TC26

Kategoria: Drukarki, skanery, kolektory, POS

Firma: Koncept-L S.A.

Produkt: Jshopper – system do mobilnej samoobsługi

Kategoria: Systemy i technologie IT

Firma: Jantar Sp. z o.o.

Produkt: Holograficzna kasa samoobsługowa BORA BORA

Kategoria: Systemy i technologie IT

Firma: Partner Tech Poland Sp. z o.o.

Partnerem Strategicznym targów RetailShow 2022 i Retail Congress była firma HIKVISION POLAND, Sponsorem Diamentowym MAGO, Sponsorami Głównymi KONCEPT-L i SONY, a Sponsorami Retail Congress firmy MANHATTAN ASSOCIATES i SOTI.

\*\*\*

**Kontakt dla mediów:**

Agnieszka Kuźma-Filipek, Lawenda Public Relations, tel. + 48 601 99 10 89

[agnieszka@lawendapr.com](mailto:agnieszka@lawendapr.com)

Wojciech Smoktunowicz, Marketing Manager ECP Polska Sp. z o.o., tel. + 48 883 773 306 [wsmoktunowicz@ecppolska.pl](mailto:wsmoktunowicz@ecppolska.pl)

**ECP Polska** to organizator **Międzynarodowych Targów Wyposażenia Sklepów RetailShow 2022** największego wydarzenia branży handlowej w Europie Środkowo-Wschodniej. To także wydawca Perfect Store, specjalistycznego magazynu poświęconego aktualnym trendom i innowacjom w wyposażeniu, technologiach, logistyce, zagadnieniach sprzętowych i rozwiązaniach stosowanych przez sieci food i non-food oraz centra handlowe.