



**PARIS
RETAIL
WEEK**

Flash Presse
Paris, le 20 septembre 2016



**Paris Retail Week 2016 :
succès de la deuxième édition
qui réunit le commerce
on- et off-line**

Paris Retail Week a fermé ses portes le 14 septembre après trois jours riches en contenus et rencontres. L'événement a réuni les salons Equipmag et E-Commerce Paris, réunissant l'ensemble de l'écosystème retail off- et on-line.

Les 48 000 professionnels présents ont bénéficié d'un programme rythmé par des conférences de qualité et la cérémonie des Paris Retail Awards. Retour sur la seconde édition de ce rendez-vous européen incontournable.

« L'engouement pour la deuxième édition de Paris Retail Week confirme le besoin des professionnels du retail off- et on-line de se réunir autour d'un événement commun. Synonyme de modernité et d'avenir, en France comme à l'international, Paris Retail Week est le rendez-vous qui met en lumière les innovations du commerce augmenté, symbole d'une nouvelle ère de consommation » souligne **Sophie Lubet, Directrice du Pôle Retail de Comexposium.**

La preuve par 9 :

- Une fréquentation de 48 369 professionnels et près de 1 000 sociétés participantes et marques représentées
- Les interventions d'acteurs majeurs tels que la FEVAD, Amazon, Alibaba, Facebook, Google, Reebok Monde, Priceline Group, Zalando, Meetic, Picwic, IKEA, Kiabi, Kaporal, But, Fnac...
- Les innovations inédites et en avant-première du commerce du futur et un focus « French Expertise »
- 4 Paris Retail Tours pour visiter les points de vente parisiens les plus innovants
- 625 rendez-vous réalisés sur trois jours lors des Business Meetings mettant en relation directe des exposants avec des visiteurs qualifiés
- 380 emplois proposés sur l'Espace Carrière
- Une forte médiatisation avec la présence de France 2, M6, France Inter, France Info, France 5, France Bleu, 20 Minutes...
- La présence des hashtags #ParisRetailWeek et #ECP16 en Trend Topics dès le premier jour sur Twitter
- 86 302 000 impressions cumulées depuis Twitter, Facebook, Instagram et Périscope

L'Augmented Retail – le fil rouge 2016

Placée sous le signe du commerce augmenté, l'édition 2016 a réuni tous les professionnels du commerce physique et online. Avec l'arrivée du digital dans nos vies quotidiennes, de nouveaux moments de consommation via les outils mobiles émergent et sont en pleine expansion. Ces instants de transition entre deux activités ouvrent la voie à une nouvelle forme de shopping, qui est de plus en plus online, connecté et ultra-personnalisé.

Une nouvelle ère de consommation est ainsi en marche. Quelles innovations les marques, retailers et e-marchands doivent mettre en place pour s'adapter au commerce augmenté ? Patrons d'enseignes, responsables marketing, directeurs de la Supply Chain, directeurs omnicanal ont été au cœur des débats. Ils ont ainsi partagé leurs expériences et échangé leurs visions stratégiques lors de quatre conférences plénières pour répondre aux nouvelles habitudes de consommation.

François Loviton, Directeur Retail chez **Google**, Delphine Mousseau, CP Markets chez **Zalando**, Pierre Villeneuve, Chief Customer Officer chez **IKEA**, Ghadi Hobeika, Directeur Marketing de **FNAC** ou encore Cyril Olivier, Directeur Web et Marketing chez **Kiabi**, ont notamment fait honneur de leur présence.

Les Paris Retail Awards – la consécration du secteur et un nouveau prix dédié aux initiatives françaises

Paris Retail Week est aussi le rendez-vous qui valorise et récompense les sociétés les plus innovantes du secteur. Tremplin reconnu par la profession, les Paris Retail Awards permettent aux prestataires et fournisseurs de services de renforcer leur notoriété, de récompenser les efforts de toute une équipe et d'initier de nouveaux contrats voire, comme certains lauréats des éditions précédentes, de lever des fonds.

ShopRunBack, Pricer SA, Nuukik, AppNDigital, Devatics, SoCloz, Teeps, Droom, The WhiteShop et La Poste se sont vu décerner un prix lors de la cérémonie présidée par Laurence Paganini, Directrice Générale et Administrateur du Groupe Kaporal.

Le Gagnant des Gagnants, ShopRunBack (SRB) s'est distingué aux yeux du jury, parmi les lauréats 2016, de quoi entrevoir de belles perspectives d'avenir.

« Nous sommes honorés de recevoir le prix de la catégorie logistique ainsi que le grand prix du jury des awards 2016 de Paris Retail Week et tenons à nouveau à remercier sincèrement le jury. Cette double récompense valide la vision logistique innovante de ShopRunBack dans la proposition d'une supply chain inverse à forte valeur ajoutée au service des retailers mais surtout centrée sur les nouveaux besoins des consommateurs. Au vue des nombreuses demandes de rendez-vous que nous avons à ce jour, nous atteignons notre objectif de (re)positionner le process de retour commercial d'après-vente comme maillon indispensable de l'expérience client, » commente Eddy Richauvet - CEO de ShopRunBack.

Le public de la cérémonie a quant à lui décerné le **prix Rookie Of The Year** en direct à la jeune start-up Rocket Marketing SAS et à sa solution innovante, Reech, dédiée à l'influence marketing.

« Ce prix, c'est d'abord la reconnaissance d'un jury de professionnels qui prouve la pertinence de notre offre à répondre aux problématiques des entreprises sur l'Influence Marketing. C'est aussi l'opportunité pour nous d'être visible, autant auprès des marques, que des influenceurs, mais aussi auprès des personnes talentueuses qui souhaitent travailler dans une start-up ambitieuse. Après notre récente levée de fonds, nous cherchons à doubler nos effectifs et recruter 15 personnes d'ici fin 2017 » souligne Guillaume Doki-Thonon, CEO de Rocket Marketing SAS.

Un **prix Coup de Cœur du Jury** a également été remis à The WhiteShop, la première place de marché en Réalité-Virtuelle dans un espace réel.

« *L'équipe du WhiteShop est extrêmement honorée de recevoir le prix Coup de Cœur du Jury. Une distinction toute particulière puisque créée spécialement par les membres du jury lors des délibérations et un formidable coup de projecteur sur un projet très novateur, la première marketplace en réalité virtuelle située dans un espace réel. Nous sommes ravis que la philosophie du Whiteshop - créer une extraordinaire expérience de vente pour les marques et leurs clients en proposant un service simple et esthétique - soit reconnue par le jury et les organisateurs de la prestigieuse Paris Retail Week* » précisent Florent Sarrot et Tom Bücher, co-fondateurs de The WhiteShop.

Pour la première fois, une initiative française, celle de La Poste avec son offre « Boutique France » a retenu l'attention du jury et a été récompensée par le **prix Spécial French Initiative**, qui vise à récompenser ceux et celles qui font rayonner la France au-delà des frontières.

« *Avec cette nouvelle offre ciblée sur le plus gros marché mondial du e-commerce (1 000 milliards de dollars prévus en 2017), les opérateurs colis du Groupe (Colissimo, Chronopost, DPD) devraient doubler leur volume export vers la Chine : 2 millions de colis en 2018* » commente Bernard Haurie, Directeur Adjoint de GeoPost et Directeur Projet e-Commerce Groupe La Poste.

Place aux innovations - le retail se réinvente

Ces trois jours ont été l'occasion pour les visiteurs de découvrir et tester en avant-première sur le salon Equipmag, les innovations qui vont arriver en boutique.

Réalité augmentée, réalité virtuelle, robotique, mapping vidéo, hologramme, impression 3D, caméra intelligente : le shopping de l'avenir joue la carte de la personnalisation en s'appuyant sur des technologies émergentes. *Crédits photo : Anne-Emmanuelle Thion*



Paris, la capitale du retail

Pour sa seconde édition, Paris Retail Week a continué d'élargir ses horizons. L'événement a accueilli 9% de visiteurs internationaux, originaires de 35 pays. Parmi les exposants, 21% de sociétés étrangères ont également fait le déplacement, tout comme les pavillons du Chili, de la Chine et du Québec.

Parmi les personnalités internationales du secteur, nombreuses sont celles à s'être donné rendez-vous sur Paris Retail Week pour partager leurs expériences : Sophie Ancely, Market Leader Northern Europe chez **Paypal**, Sébastien Badault, Managing Director chez **Alibaba**, Céline Del Genes, Vice President et Global Business Planning chez **Reebok Monde**, Maëlle Gavet, Executive Vice President chez **Priceline Group**, Delphine Mousseau, VP markets chez **Zalando**, Quentin Reygrobellet, DF France chez **Birchbox**, Philip Rosenzweig, VP Real Estate, Store Design & Construction chez **Kate Spade New York**, ou encore Patrick Labarre, Directeur Seller Services chez **Amazon France**.

Enfin, Paris Retail Week est allé au-delà des murs du parc des expositions de la Porte de Versailles avec l'organisation de quatre Paris Retail Tours. Les participants ont pu visiter une sélection de points de vente parisiens et découvrir des innovations retail remarquables parmi les enseignes : Fusalp, Nike Lab, L'Exception, La Garçonnière, adidas, Yves Rocher, Mcdonald's, Orange, Restaurant Za, Devialet, Marionnaud, Fou de Pâtisserie, En selle Marcel, Atelier Blancs Manteaux...

Paris Retail Week a souligné les tendances actuelles du commerce augmenté, mettant au cœur des stratégies la réponse à la demande croissante de personnalisation du consommateur connecté. Le coup de projecteur sur les 77 start-up présentes au travers des villages dédiés sur Equipmag et E-Commerce Paris, tout comme lors des Paris Retail Awards, démontre l'intérêt grandissant pour les jeunes pousses, moteurs de l'innovation en réponse aux nouveaux modes de consommation. L'édition 2016 aura également fait la part belle au magasin du futur et aux technologies émergentes qui feront le shopping de demain.

Retrouvez dès à présent les vidéos d'[Equipmag](#) et d'[E-Commerce Paris](#), tout comme le dossier de presse, le cahier des nouveautés et les visuels de Paris Retail Week sur la [Digital Pressroom](#) dédiée.

A noter

La prochaine édition de Paris Retail Week aura lieu du 12 au 14 septembre 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, Brésil, Canada, Chine, Espagne, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Corée, Monaco, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Philippines, Qatar, Russie, Singapour, Thaïlande, Turquie, Émirats arabes unis, Royaume-Uni, États-Unis.

www.comexposium.com

Contact Presse

OXYGEN

Alexia Mercier/ Pauline Turpeau

01 41 11 35 42 / 01 84 02 11 28

parisretailweek@oxygen-rp.com