



Superficie lorda
200.000 mq

Visitatori
Oltre 100.000
ingressi
professionali
(da 93 Paesi)

Espositori
2.000 da 50 Paesi



Euroshop 2014

Patrick Fontana - Un'edizione importante. Dopo tre anni Euroshop ha saputo raccogliere il meglio di quanto messo in gioco dai protagonisti dell'indotto del commercio. Si tratta di 2.000 espositori internazionali che nel periodo della contrazione dello shopping hanno lavorato in tutte le direzioni possibili per centrare l'obiettivo di ridare la massima competitività ai retailer. Ne sono emer-

si stimoli forti in materia di strategia, di risparmio e contenimento dei costi e tempi di gestione, di efficacia. Ma anche di originalità. Il retail italiano e europeo possono contare su partner nell'ambito dello shopfitting che negli ultimi mesi hanno fatto "i compiti a casa" e sono nelle condizioni migliori per impostare un forte rilancio delle esperienze commerciali.

4 SPAR
BUDAPEST
UNGHERIA

zoom



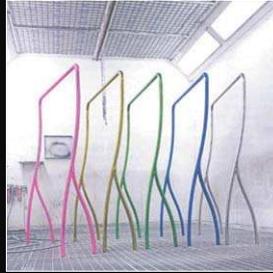
6 JUMBO FOOD
BREDA
PAESI BASSI

zoom



8 SCHWEITZER
COSTA
GROUP
PASOLINI

zoom



9 3F FILIPPI
IMOON
REGGIANI

zoom

10 ITALIAN
LIGHTING
LOUNGE
PHILIPS
OSRAM

strumenti



11 CEFLA
WANZL
LA FORTEZZA

strumenti

12 EPTA
ARNEG
OKTALITE

strumenti

14 SYSTEM 10
MOBILE
MIRROR
BAKE OFF

strumenti



15 FUJITSU
TYCO

strumenti

16 UMDASCH
PLASTIMARK

strumenti



Spar Budapest

Marina Bassi - Nel centro commerciale più rappresentativo della città, il MOM Park, Spar ha realizzato uno store dal sapore futurista e di grande impatto scenico, giocando su diversi fattori. Il contrasto fra i banchi bianchi e il pavimento nero esalta i prodotti, anche se l'effetto più interessante è l'utilizzo di forme ondulate in legno dal duplice utilizzo: come espositori nell'area vino (con luci incastonate) e a parete, mentre, sul soffitto, indicano il percorso da seguire.

Indirizzo
MOM Park
Budapest,
Ungheria

Superficie lorda
2.000 MQ

Progetto
LAB5 Architects

Dati tecnici
Forme ondulate in legno sono utilizzate, oltre che come espositori, sul soffitto per suggerire percorsi da seguire

1-Il reparto enoteca
□ stato realizzato come una cantina, con i consumatori che attraversano pareti ondulate dove sono riposte le bottiglie

2-I banchi dell'ortofrutta, creando contrasto con il pavimento, esaltano i prodotti

3-L'area casse, con strutture ovoidali, richiamate dalle luci sul soffitto



Imagine Your New FoodBusiness

Parma 05-08 Maggio 2014



CIBUS

17° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE



3HULQR DJ IRQ □ WWW.FLEX.IT | FLEX@FLEXSDP.D.IT



Jumbo Food Breda Paesi Bassi

Marina Bassi - Un nuovo concept di vendita per il più grande store dei Paesi Bassi: Jumbo Food Market si caratterizza come un ambiente green e allegro, che concilia freschezza dei prodotti e loro autenticità, testimoniata da aree con chef per la preparazione di specialità internazionali (cucina asiatica, sushi, italiana e olandese), senza dimenticare il relax del bar, l'angolo fiori, i cosmetici e il corner farmacia.



1-L'obiettivo creare, grazie al legno e luci calde, un'atmosfera rilassante e disponibile all'acquisto

2-3- Il layout, non regolare, si snoda tra banchi self service e aree servite macelleria, gastronomia, pane cotto in forno di pietra, pesce, formaggi, salad bar, area yogurt con specialità locali ed europee Il banco con chef dedicato alla cucina italiana



Indirizzo

Begane Grond, Rat Verleghstraat 4, 4815 NZ Breda, Paesi Bassi

Superficie lorda

6.000 mq

Progetto

VBAT Branding & Design agency

Dati tecnici

Legno come materiale di base alle pareti e come espositori



EuroShop



2014

EuroShop



2014

EuroShop



2014

EuroShop

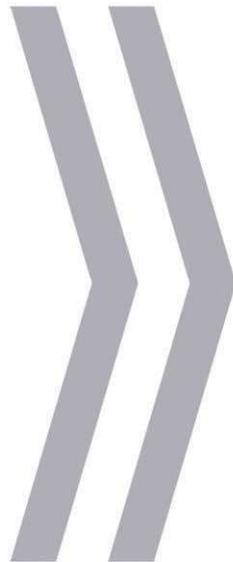


2014



INTRAC[®]
 DESIGN & DISPLAY

www.intrac.it
info@intrac.it



Your
 Global
 Flagship
 Event

EuroShop



The World's Leading Retail Trade Fair

Düsseldorf · Germany

www.euroshop.de



SCHWEITZER - DEPARTMENT
STORE 3.0

□diti gli stimoli allo stand di □gruppo □chweitzer□li altoatesini si concentrano in particolare sul department store e intendono sottolineare la loro vocazione alla co-progettazione del futuro insieme al cliente □a segnalare il loro primo prodotto □in foto □disegnato dal giovane designer □eter □ichler □Importanza del local □

COSTA □RO□P - STI□E ITA□IANO

□tra le realizzazioni dello studio ligure spiccano senz'altro i numerosi lavori eseguiti per □atal □in giro per il mondo □a sottolineare lo stile italiano del design proposto vale anche □quanto realizzato per la ristorazione internazionale di □iovanni □ana □Intelligenza del disegno □



PASO□INI - □ENERA□
CONTRACTOR

□asolini □pa ha partecipato a □uro□hop 2□1□in □ualit□ di general contractor per il settore retail e gbb e fornitore di soluzioni per la visual communication □perimentazione, formazione e comunicazione fanno da trait d'union ai vari reparti che, in sinergia tra loro, propongono differenziazioni □ltre la funzionalit□ e lo stile □





3000 PPI - SI RIPARTE DA LED

Il futuro dell'illuminazione nel retail sarà in ogni caso led. Questo rimescola le carte anche per quanto riguarda i protagonisti di settore. L'esperienza in primis industriale di 3000 PPI a Seldorf in stand insieme a Cefla consente di ottenere prestazioni di durata di inconfondibile preziosità.

IMOON - START UP MINOSA

Dieci anni luce, il tema mission di Imoon al subscritto a Euroshop come si conviene a una start up. L'azienda italiana lancia nuove famiglie di prodotti led dedicate all'illuminazione specialistica per il mondo food e il settore del fashion. È affermata in Italia, Imoon punta ora a una consacrazione internazionale.



RELIANI - RETAIL A TUTTA LUCE

Lo store design resta tra i principali mercati di riferimento per i leggiani, con una consulenza che punta alla funzionalità della luce ma anche all'emozionalità. Racchiuse nell'esperienza di vendita come la moda, la gbo richiede progettazioni tailor made che i leggiani sono in grado di proporre senza inondare gli spazi e valorizzando il minimalismo delle forme.





ITALIAN LIGHTING -
CONTRIBUTO

La 1ª edizione di Euroshop ha ricevuto un impulso straordinario di crescita dal settore illuminotecnico. Il centro ha trovato spazio di analisi e riflessione l'allestimento, concepito da Conegger, di focalizzazione sul valore specifico del design italiano in material luminosa.

PHILIPS - IL MONDO DEI FRESCHI

Che Philips si è concentrata sugli scaffali del freschissimo, a partire da ortofrutta e macelleria. La multinazionale danese lavora consapevolmente sullo stretto legame fra fatturati e corretta esposizione e sulla minimizzazione degli impatti luminosi sulla tenuta di colorazione delle merci esposte.



OSRAM - PROGETTO PILOTA CON A-DI

Lavorare con il discounter leader in Germania è sempre stimolante. Osram lo fa in un progetto pilota di risparmio energetico dove entra in gioco l'utilizzo di energia solare, in abbinamento a strumenti di indirizzamento della luce senza sprechi diffusionali.





CECA - CHECKOUT REVISION

I sistemi di check-out come di consueto in prima linea in questa edizione di Euroshop per Cella, che ha inteso riconfermare a livello internazionale il proprio ruolo di partner creativo, ma anche industriale, a disposizione del retailer. L'intera serie di prodotti nuovi che non hanno mancato di lanciare stimola il gruppo italiano a richiamare l'attenzione sulle opzioni di comunicazione in zona casse e sulla possibilità di valorizzare le superfici lasciate a norme.

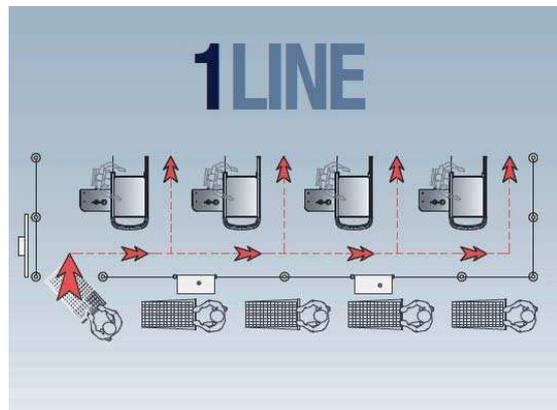
WANZ - RETAIL MADE

Il gruppo tedesco segnala sempre più la sua propensione a problem solver per il retail. Tra i clienti più assidui si segnalano i discounter, che negli ultimi mesi hanno quasi raddoppiato i loro investimenti nel pdv. L'attenzione si è concentrata sulla zona casse come punto nevralgico per pilotare la gestione dell'intero negozio.



LA CORTEZZA - LA MONICA

Il concetto quello del check-in aeroportuale: un unico percorso di fila che sfocia in una serie di sportelli a disposizione della clientela. La Cortezza con 1Line lo propone in zona check-out, segnalando con sistemi vocali, visivi e dinamici verso quale cassa indirizzarsi per essere serviti immediatamente. La fila che si muove senza soste rende visibile la rapidità del servizio.



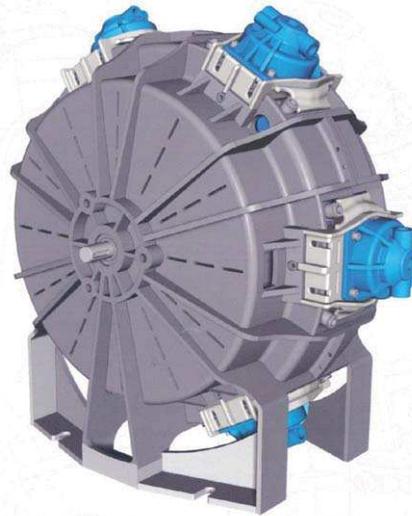


EPTA - SPECIALE INNOVAZIONE IN IDEO

Un vertical freezer speciale, per bar, piccoli negozi, gelaterie o ristoranti. Il gruppo Epta lo propone con la nuova capacità di comunicazione legata alla trasformazione dello sportello anteriore in un vero e proprio schermo video, capace di trasmettere alla clientela le giuste campagne tv in riferimento all'assortimento contenuto.

ARNE - I TUBI TORO NE MANETE

La refrigerazione è destinata a rimanere come la conosciamo oggi. Ma ne lavora anche a concetti nuovi nelle forme e nelle potenze, proponendo sistemi di refrigerazione magnetica in progress nel senso che in questi mesi le potenzialità sono costantemente raddoppiate e iniziano a essere interessanti per il retail.



OPTATE - ARRIVA LA CERAMICA

Optate introduce la ceramica a sostituzione dell'alluminio nell'uso del led. Quando il produttore tedesco ottiene la possibilità di adottare una forma estremamente piatta e contemporaneamente un risparmio in termini di costo del nuovo materiale dissipa il calore in maniera più efficace e la sua produzione è meno energivora di quella dell'alluminio.



Me ta amia le mmer e
per e i m i ep a i app
e i m ile ppi

Milano, 8 aprile 2014 - Ore 10.00-13.00
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61
Sala Manzoni



Mark UP in collaborazione con Risparmio Super, vi invita all'evento **Le nuove frontiere del digital marketing** alla luce dell'attuale evoluzione del mercato del retail, in cui si presenteranno soluzioni innovative per retailer e in materia di ricerca di nuove interazioni tra brand e consumatori finali le

esperienze evolte, in Italia e all'estero, in termini di offerta, promozioni, qualità di contenta, destinate a cambiare la dinamica del mercato, cogliere le opportunità offerte da volantini digitali e personalizzati alla luce dell'incidenza delle attività del mobile marketing nei cambiamenti dei comportamenti d'acquisto.

MARK UP

La partecipazione all'evento è libera e gratuita fino ad esaurimento dei posti disponibili.
Per iscrizioni e maggiori informazioni: www.markup.it. Tel. 02.3022.4211



CECCA - SYSTEM 10

«ella per quanto orientata alle soluzioni in filo metallico mantiene la sua attenzione anche verso le soluzioni più tradizionali, senza venire meno all'innovazione di prodotto». «L'azienda è stata presentata il ripiano da un centimetro di ingombro, con le stesse prestazioni di portata garantite dallo scaffale a 2,000kg permette al retailer di migliorare sensibilmente l'impatto visivo della gondola a carico pieno».

LA CORTEZZA - MOBILE MIRROR



Il gruppo La Cortezza ha l'esclusiva per l'Italia di Mobile Mirror, uno specchio digitale che proietta l'immagine in formato naturale ma ritardata di cinque secondi. Questo permette al cliente di specchiarsi «in differita», vedendosi stesso nei suoi movimenti precedenti. Il QR code consente di trasferire tutto sul smartphone».



WANZ - AEO



«il turbo nel motore di Wanz in tutti i mercati europei». «Lo scaffale del pane sfornato, caricato dal retro e disponibile per il self-service della clientela sul davanti, è il must have di numerosi retailer per lo più internazionali». «In rilievo il ritmo di implementazione nelle reti di installazioni e avvio di reparti si susseguono ogni giorno dalla Germania, alla Polonia, dalla Svizzera all'Italia».





ITS - ENESIS II

Il sistema di self-checkout proposto da It's usi segnala per la sua flessibilità e per il percorso intuitivo con il quale la cliente arriva a terminare la procedura di pagamento. It's segnala per il retail anche grazie alla perfetta implementazione modulare, che consente investimenti progressivi nei punti di vendita.

TICO - FIRE SECURIT

Tico Integrated Fire e Securit un'unità operativa del gruppo Tico specializzata nelle tematiche relative a incendi e sicurezza. Comprende circuiti multipli di controllo e di allerta immediato, messe al servizio del retail in maniera da intervenire a protezione di assortimenti, immobili e personale. Attualmente è il sistema delle grandi reti distributive nel mondo fa riferimento a Tico.



CHECKPOINT - METO OTTIMIZZA SCAFFALI

La divisione Metro di gruppo Checkpoint è di supporto alla gestione ottimale dello scaffale, con soluzioni espositive, di pulizia, durata, riorganizzazione. In ambito dei segna-prezzi molte sono risultate le novità così come si è fatto notare l'utilizzo di led quali richiami potenziati a info promozionali ed esposizioni speciali.



