



SPECIALE
EUROSHOP 2017

MAGAZINE





TECHNORETAIL
L'UNICA TESTATA
DOVE TECNOLOGIA E RETAIL
SI INCONTRANO

A MARZO ONLINE.

www.technoretail.it

Technoretail

Sommario

3

Introduzione

24

Il futuro del retail si tinge di verde

4

il futuro è a zero emissioni

26

Parola d'ordine: integrazione

8

La refrigerazione punta su innovazione tecnologica e servizi post-vendita

28

Materiali performanti come scelta vincente

12

Il retail design si integra con le nuove tecnologie

32

Sistemi di pagamento verso l'estrema automazione

16

Il valore aggiunto dell'illuminazione



DM Magazine

Supplemento del DM Magazine di Febbraio 2017
DM è una testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Milano
Registrazione n° 52 del 30/1/2007

Direttore responsabile: Armando Brescia

Coordinatrice editoriale: Stefania Lorusso

Redattore: Marco Mancinelli

Progetto grafico: Silvia Ballarin

Editore:

Edizioni DM Srl - Via Sacchini, 3
20131 Milano
P. Iva 08954140961

Contatti:

Tel. 02/20480344
dmmagazine@distribuzionemoderna.info

Pubblicità:

Ufficio commerciale: commerciale@distribuzionemoderna.info

18

I sistemi di pagamento si dematerializzano

22

La sicurezza prima di tutto



Hall 14 Stand 14/B21

SHOP FITTING

COSTAGROUP.NET

EuroShop



A Düsseldorf, dal 5 al 9 marzo, si terrà la diciannovesima edizione di EuroShop, la più importante manifestazione fieristica a livello mondiale dedicata al mondo del retail. In un'area complessiva di 120.000 metri quadri, saranno presenti circa 2.500 espositori provenienti da oltre 50 Paesi e un vasto numero di visitatori. Nel corso dello svolgimento di un ricchissimo programma di appuntamenti, di seminari e di workshop che evidenzieranno i trend e gli aspetti più significativi di un comparto in costante

evoluzione, saranno presentate numerose novità nei seguenti ambiti: SHOP FITTING AND STORE DESIGN (attrezzature e arredi, architettura e progettazione negozi, materiali, superfici), POP MARKETING (insegne, espositori, comunicazione visiva esterna), LIGHTING (sistemi, design, tecnologie), VISUAL MERCHANDISING (manichini, decorazione di vetrine e di negozi), FOOD TECH AND ENERGY MANAGEMENT (refrigerazione, automazione degli edifici, soluzioni per la gastronomia, prodotti da forno), EXPO & EVENT MARKETING (allestimento e attrezzature degli stand, comunicazione del brand, design della comunicazione, tecnologia degli eventi), RETAIL TECHNOLOGY/EUROCIS (software per il commercio al dettaglio, tecnologia per il pos, soluzioni mobili, e-commerce, sistemi di pagamento). EuroShop offre una struttura flessibile e spazi qualificati per la presentazione di prodotti e servizi innovativi per il commercio globale al dettaglio. I numeri già parlano di un successo annunciato, dal momento che l'edizione 2017 ha raccolto l'adesione di oltre 300 espositori in più rispetto a quella precedente: un chiaro segno della reputazione di EuroShop all'interno del variegato panorama degli operatori impegnati nei settori protagonisti della manifestazione fieristica tedesca. Ed è proprio in virtù dello straordinario e crescente numero degli espositori che è stata prevista la realizzazione, da parte dell'organizzazione, di un padiglione aggiuntivo, per un totale complessivo di 17 aree. EuroShop vanta oramai mezzo secolo di attività ed è considerata, a livello mondiale, una solida realtà fieristica nell'ambito degli appuntamenti business per il comparto retail e ciò grazie alla propria capacità di promuovere, al tempo stesso, sia innovazione di prodotto e di servizi e sia momenti di incontro tra operatori e buyer. Particolarmente cospicua e di grande interesse è la partecipazione a EuroShop 2017 di aziende italiane (oltre 50) impegnate in diversi settori di supporto al retail moderno: un segnale, questo, che testimonia, da parte di esse, un elevato grado di vitalità e di orientamento non soltanto all'innovazione, ma anche allo sviluppo sul versante internazionale.



William Pagani, Group Marketing Director di Epta

Banchi frigo: il futuro è a zero emissioni

Epta è un gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale. L'azienda milanese si è strutturata in modo da offrire, in tutto il mondo, un'ampia e articolata gamma di soluzioni refrigerate ai protagonisti dei settori della Grande Distribuzione, Ho.re.ca e Food & Beverage che desiderano affidarsi ad unico interlocutore per la realizzazione di progetti strutturati, chiavi in mano su scala mondiale. Completa l'offerta Epta Service, un esclusivo servizio di assistenza e consulenza post-vendita che garantisce ai Clienti strategie e programmi di manutenzione personalizzati.

Il consumatore ha ancora bisogno di esperienze reali

William Pagani, Group Marketing Director di Epta illustra il trend del settore delle attrezzature per il punto vendita e le prospettive nel breve e medio termine: "In questi ultimi anni, lo scenario distributivo è profondamente mutato, complici alcuni fattori chiave: dalla crisi economica internazionale, che ha determinato una diminuzione dei consumi anche in ambito food & beverage e un'erosione

dei margini, alla rivoluzione digitale, che sta ridisegnando la relazione tra consumatori (sempre più multidevice e multichannel) e le imprese del moderno retail. Cito solo qualche numero. Oggi, su 7,4 miliardi di persone, circa la metà è connessa a Internet e il circa il 21% è attivo nello shopping on line: dall'electronics al food, il mercato vale circa 2 trilioni di dollari ed è in crescita

in misura del 20% all'anno". Pagani aggiunge che "Tuttavia, è interessante notare che il 40% delle persone sceglie on line cosa acquistare, paragonando tra di loro diversi prodotti per poi recarsi in un negozio fisico per acquistarli: quindi, il consumatore ha ancora bisogno di esperienze reali, fisiche, che si concretizzano nel luogo in cui ci si reca".

Ominicanalità e nuovi strumenti digitali

“In questo scenario sempre più complesso, i retailer si sono quindi trovati di fronte alla necessità, da un lato di investire nell'on line, e dall'altro di ripensare gli as-

premiare valori tradizionali: la qualità garantita, la naturalità, il biologico, il benessere, il territorio, l'ambiente. E torna ad apprezzare le occasioni di socialità, come la possibilità di interagire con il personale dei banchi assistiti o consumare un pasto all'interno del punto vendita”.



sortimenti e con essi il concept stesso dei loro negozi, cercando di integrare strategicamente questi due aspetti, in un'ottica di ominicanalità. Quindi, è necessario per i retailer saper affrontare al meglio i nuovi strumenti digitali, che stanno cambiando la shopping experience, che dovrà essere sempre più al centro delle loro strategie. Infatti, pur avendo a disposizione gli strumenti più innovativi per fare la spesa e dialogare con produttori e distributori, oggi il consumatore sembra

Oggi, su 7,4 miliardi di persone, circa la metà è connessa a Internet e il circa il 21% è attivo nello shopping on line



#EptaExperience is the way

FOR A NEW SHOPPING FEELING!

watch
the
video



Scegli Epta come partner per la refrigerazione. Grazie alla lunga esperienza e all'elevato grado di innovazione e personalizzazione delle sue soluzioni, lo shopping saprà regalare ai clienti del tuo store sensazioni straordinarie e mai così coinvolgenti. **Experience it at Euroshop 2017!**

MEET EPTA EXPERIENCE AT  EuroShop
DÜSSELDORF 5 - 9 MARCH 2017 - HALL 16 STAND A60-B60



Da point of sale a point of EXPERIENCE

“Con EuroShop alle porte, le novità in arrivo sono molte. Infatti, la fiera sarà la vetrina ideale per lanciare l'ampia e completa gamma di soluzioni create dai nostri brand per realizzare allestimenti turn-key che, coniugando expertise, innovazione e personalizzazione, contribuiscono a dare un nuovo volto alle corsie food.



“Il nostro obiettivo? Trasformare i luoghi di vendita da Point of Sale a Point of Experience”

Aree che trasformiamo in spazi di relazione e di scoperta, dove far vivere ai Consumatori momenti indimenticabili, piacevoli e

gratificanti, anche sotto il profilo estetico” e continua “Il nostro obiettivo? Trasformare i luoghi di vendita da Point of Sale a Point of Experience, per trasportare i clienti degli store in una nuova dimensione dello shopping, emozionale e coinvolgente: è questa la strategia vincente adottata da Epta e racchiusa dal

claim #EptaExperience is the way. Infine, per rispondere efficacemente alle richieste della GDO, che si sta spingendo sempre più verso un formato omnicanale, Epta presenterà gli EPTAbricks, un'esclusiva soluzione legata al mondo dell'e-commerce. Si tratta di innovativi armadietti refrige-

rati che possono essere installati lungo il tragitto casa/lavoro, come ad esempio nelle stazioni o nelle aziende, per permettere ai consumatori di ritirare h 24 i prodotti freschi e surgelati acquistati online sui siti web delle catene della Grande Distribuzione”.

La refrigerazione punta su innovazione tecnologica e servizi **post-vendita**

Arneg è leader internazionale nella progettazione, produzione e installazione di attrezzature complete per il retail. La consolidata posizione di leadership di Arneg nel settore della refrigerazione commerciale trae origine sia dalla valorizzazione delle sinergie tra le varie aziende del Gruppo e sia da un patrimonio di conoscenze che circola in un flusso continuo di informazioni attraverso la rete produttiva e distributiva di ogni continente. L'azienda è presente in 25 Paesi con proprie fabbriche produttive e filiali.



In occasione di EuroShop 2017, l'azienda padovana si presenterà in fiera con uno stand innovativo di quasi 3.000 mq per raccontare in chiave innovativa appassionanti storie di networking, condivisione di obiettivi e intelligenza collettiva. Il motto per l'edizione di quest'anno non a caso è Sharing Avenue, all'insegna di uno spazio condiviso percorribile in tutte le direzioni e in tutti i sensi, strutturato in tre aree (tecnologica, merceologica,

degustativa). Totalmente cablato, da vivere come un percorso museale grazie al supporto di un app che farà da guida al visitatore, proponendo contenuti interattivi, informazioni tecniche e commerciali e accompagnandolo tra aree degustative, eventi e servizi.

Il motto per l'edizione di quest'anno di Euroshop non a caso è Sharing Avenue



Luca Masiero, Direttore Vendite Italia di Arneg, illustra l'andamento del settore delle attrezzature per il punto vendita e le relative prospettive future: "Da anni, il mercato è in piena evoluzione. Alcuni esperti sostengono che vi saranno più cambiamenti nei prossimi 2-3 anni che negli ultimi 50. Ciò ci impone di adeguare le strategie commerciali e la nostra organizzazione aziendale per rispondere al meglio alle nuove esigenze".

Presso lo stand, Arneg ha previsto un ciclo di nove incontri (Future Store Forum) che vedranno alternarsi prestigiosi relatori per affrontare, da differenti punti di vista, il tema del food e della sua migliore interpretazione e la valorizzazione nella moderna GDO: Stefano Zecchi, Franco Fava, Davide Paolini, Andrea Meneghini, Daniela Ostidich, Luigi Rubinelli, Daniele Tirelli, Sergio Grasso e Carlo Ratti.

Quali sono i più significativi trend attuali?

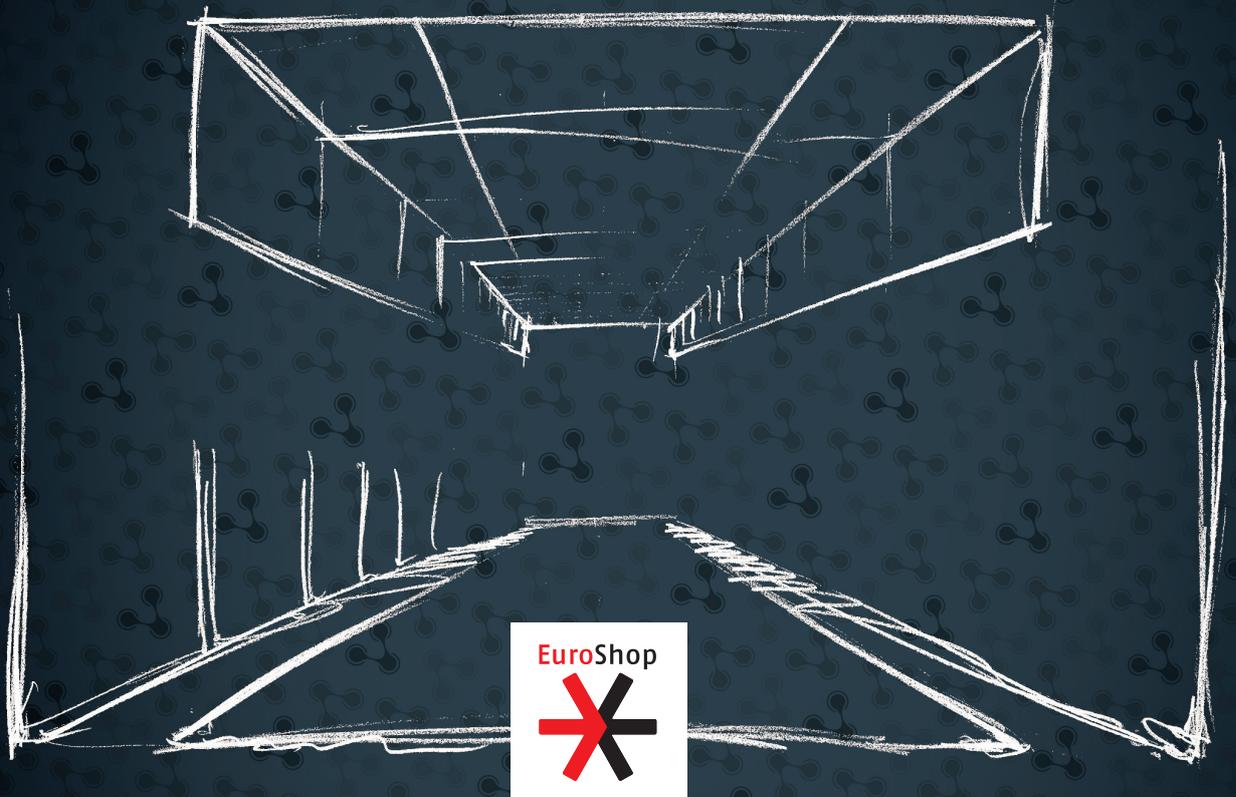
“Ridurre le superfici di vendita dando comunque più servizi, più ristrutturazioni rispetto a nuove aperture. Gli ipermercati diventano superstore, i convenience store e i discount vanno per la maggiore. Grande importanza viene data al biologico, ai freschi, ai cibi pronti da mangiare, dentro o fuori i negozi. D'altronde, il mondo della GDO e della DO deve sapersi adattare ai cambiamenti sociali e, oggi, il consumatore vuole essere informato. E questo”, sottolinea Masiero, “è uno dei motivi per i quali la tecnologia, l'Internet of Things e il digitale stanno entrando prepotentemente nel mercato dei retail”.

Imminenti novità

“Verranno presentate a Euro-Shop. Il focus di quest'anno è la valorizzazione delle sinergie tra le aziende del gruppo e la costante circolazione di idee e informazioni vitali per il suo sviluppo e la soddisfazione del mercato. Condividere per crescere e crescere per condividere è lo spirito con il quale Arneg World affronta le sfide globali, nel segno di uno sviluppo intelligente”.



SHARING AVENUE



DÜSSELDORF GERMANY
5 - 9 MARCH 2017

Ci troverete nella HALL 16
STAND B41 B42 C42 A42 D41 E41 D56

YOUR NATURALLY INNOVATIVE PARTNER FOR RETAIL SOLUTIONS

CONDIVIDERE PER CRESCERE E CRESCERE PER CONDIVIDERE

Il Gruppo Arneg, importante protagonista nella progettazione, produzione e installazione di attrezzature per il retail, è presente ad Euroshop 2017 in un'area di 3.000 mq per raccontare in chiave innovativa appassionanti storie di "networking", condivisione di obiettivi, intelligenza collettiva.



Visitate il nostro sito
<https://euroshop.arneg.world>

arneg

incold

INTRAC
DESIGN & DISPLAY

OSCARTIELLE

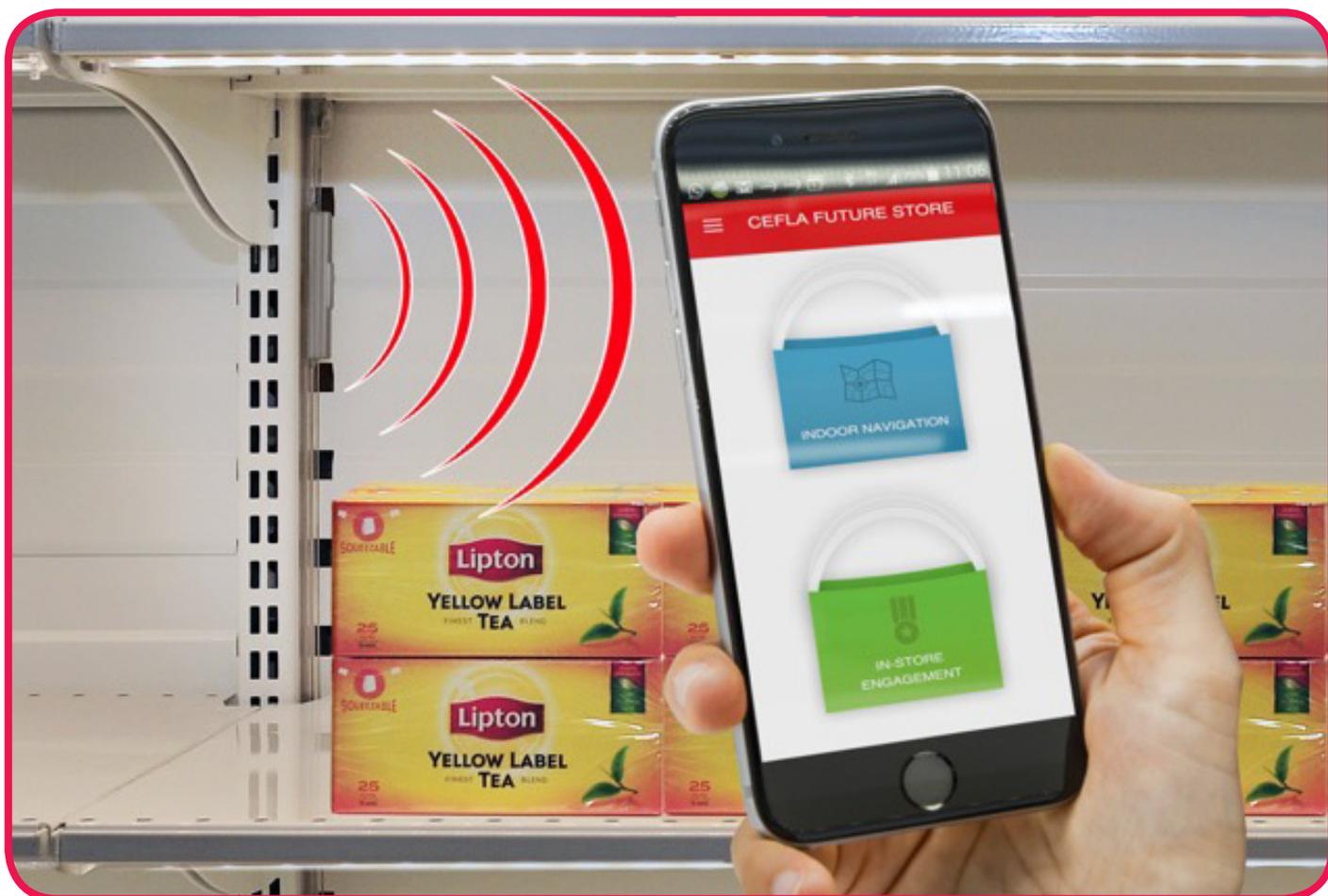




Il retail design si integra con le nuove **tecnologie**

Cefla Shopfitting è leader nella produzione di scaffalature, banchi cassa, carrelli spesa, realizzazione di concept espositivi e soluzioni di proximity marketing.

In modo particolare, progettazione (retail design), proximity marketing e illuminazione saranno le principali parole chiave del messaggio che verrà veicolato da Cefla a Euro-Shop 2017. La business unit Cefla Shopfitting punterà, in modo particolare, a evidenziare la propria identità di partner in grado di assistere il



retailer in tutto il processo di creazione del punto vendita, partendo dal momento dell'ideazione del concept e arrivando all'arredamento completo dei reparti e delle barriere cassa, includendo anche lo studio e la realizzazione della comunicazione con il consumatore. Una comunicazione che diventa sempre più decisiva e che, con frequenza crescente, si traduce in tecnologia. Ne è un esempio la digitalizzazione dell'area di vendita mediante dispositivi per proximity marke-

ting integrati, per esempio, nello scaffale. Come avviene nello Smart Shelving System, il sistema espositivo di Cefla che, oltre alle specifiche tecniche che lo rendono particolarmente performante in termini gestionali ed ergonomici, offre al retailer la possibilità di dialogare direttamente con gli smartphone dei clienti attraverso una piattaforma software e una rete di trasmettitori beacon, rete autosufficiente in termini di alimentazione grazie a un sistema di elettrificazione installabile anche senza dover smontare lo scaffale. Con questa soluzione, è possibile alimentare anche l'illuminazione integrata nel display, altro asset importante della proposta di Cefla, la quale, presso l'importante manifestazione fieristica tedesca, sarà presente anche con lo stand di C-Led, azienda specializzata nello sviluppo delle tecnologie Led più avanzate per il visual merchandising, l'interior e l'outdoor design e per l'industria.

Ne parliamo con Andrea Ventura, Managing Director di Cefla Shopfitting, che ci illustra l'attuale performance sul mercato dell'azienda e su quali specifici driver punta per lo sviluppo del rispettivo core business: "Cefla sta attuando un riposizionamento strategico che sarà riflesso sull'immagine dello stand di EuroShop. Si punta sul retail design, integrando le nuove tecnologie, basandosi su linee di prodotto altamente industrializzate, con display e ambientazioni flessibili a seconda delle idee che il nostro cliente intende promuovere".



Cefla Shopfitting si occupa dello sviluppo di store concepts, adattandoli alle esigenze di ogni singolo retailer. L'obiettivo è creare un design moderno, dinamico, integrato con le più evolute tecnologie digitali, così da garantire al cliente finale un'eccellente shopping experience.

ceflashopfitting.com
cefla.com



EuroShop
 The World's No. 1 Retail Trade Fair
 5 - 9 March 2017 | HALL 14
 Düsseldorf · Germany | STAND 14/A01-A02



SHOPFITTING





“Cefla sta attuando un riposizionamento strategico che sarà riflesso sull’immagine dello stand di EuroShop”

“Il settore è in fermento. Assortimento, concept e tecnologia sono i temi che richiedono soluzioni.”

Retail dinamico e in fermento

Il retailer, a volte, vive momenti di riflessione e Cefla, oggi, ha la possibilità di essere un valido partner in questa fase delicata. Che ruolo assegnate a EuroShop e

quali sono le vostre aspettative in merito all’edizione di quest’anno? “Il ruolo di questa fiera è altamente comunicativo e rivolto a un pubblico internazionale”. “Per l’edizione 2017”,

sottolinea Ventura, “il nostro obiettivo è quello di comunicare chiaramente l’evoluzione della nostra azienda, volta a coniugare retail design con tecnologie smart focalizzate sul “location based marketing”.

In fiera: tecnologie interattive e non solo

“Presenteremo soluzioni per i settori food e non food, puntando sull’interattività fra il display merceologico e lo smartphone del cliente. A corredo di ciò, proponiamo integrazioni delle nostre soluzioni con le unità refrigerate, i digital display, l’illuminazione Led, la gestione

del pagamento alle casse e altro ancora. Grazie anche alle sinergie sviluppate con due grandi gruppi quali Epta e Datalogic potremo proporre interessanti interazioni fra alcuni loro prodotti ed i nostri. Il visitatore potrà così essere coinvolto in un’esperienza a

sfondo ludico che mostrerà le potenzialità delle nostre tecnologie integrate ai concept che esporremo. Esperienza ludica che si potrà tradurre, all’interno di un punto vendita, con politiche commerciali a seconda degli obiettivi del retailer”.



Il valore aggiunto dell' **illuminazione**

3F Filippi (acronimo di Fluorescent Fixtures Filippi) è una società per azioni con sede a Pianoro (Bologna) attiva dal 1952 nell'ambito della produzione e progettazione di sistemi di illuminazione ad alta efficienza e ad alto contenuto tecnologico.

Tra le prime imprese a commercializzare l'illuminazione fluorescente in Italia, l'azienda è diventata un punto di riferimento a livello internazionale nel mercato dei prodotti professionali grazie ai continui investimenti in ricerca e sviluppo, oltre che alla collaborazione con i migliori progettisti illuminotecnici: due requisiti fondamentali per assicurare ai propri clienti, sia in ambito retail che in quello produttivo, una luce di qualità in linea con le più recenti normative.

L'illuminazione professionale amplia il raggio d'azione

L'Amministratore Delegato di 3F Filippi, Giovanni Bonazzi: "La nostra azienda è una delle realtà di riferimento nel campo dell'illuminazione professionale, operando sin dalla sua fondazione in ambito industriale. Da diversi anni, il nostro raggio d'azione si è ampliato notevolmente, grazie alle numerose referenze conquistate con alcuni dei maggiori marchi italiani e internazionali della GDO. Oggi, il retail rappresenta un settore sempre più strategico per 3F Filippi, e recentemente ha raggiunto, superandolo, il 20% del nostro giro d'affari. Tale crescita ci ha portato a dedicare una sempre maggiore attenzione alla progettazione dei sistemi destinati alle aree commerciali, così da rispondere a richieste sempre più precise da parte dei clienti. A dimostrarlo è la rapida evoluzione di alcuni nostri prodotti, come ad esempio il sistema modulare 3F Linux, che in un solo anno è passato dalle tre versioni originali alle otto attuali".



L'illuminazione professionale amplia il raggio d'azione

“Data ormai come consolidata e inarrestabile la crescita delle sorgenti Led anche in quest’ambito”, sottolinea Bonazzi, “ravviamo un approccio nuovo dei grandi marchi verso la customizzazione dei sistemi, soprattutto per quanto

riguarda la distribuzione fotometrica della luce negli spazi. Se prima le soluzioni ad hoc erano richieste solo dai punti vendita più piccoli, oggi, anche la GDO richiede corpi illuminanti con ottiche dalle caratteristiche specifiche, a seconda

dalle superfici da illuminare. Questo si è dimostrato un grande vantaggio per le realtà che, come la nostra, sviluppano al proprio interno queste componenti, e possono quindi realizzare le soluzioni richieste con la massima tempestività”.

EuroShop è un momento fondamentale per contattare nuovi potenziali clienti e, al tempo stesso, scoprire quelli che sono i trend emergenti del mercato.

I grandi brand del retail verso la customizzazione dei sistemi

“Data l’importanza del retail per il futuro dell’azienda, quella di Düsseldorf è ormai una tappa obbligata per una realtà come 3F Fi-

lippi. Ecco perché nell’edizione 2017, per la prima volta, non saremo presenti con il co-branding di uno stand, ma avremo uno spazio tutto

nostro che ci permetterà di accogliere gli ospiti e di presentare i nuovi prodotti nel modo migliore possibile”.

NOVITÀ IN ARRIVO

“Nello stand 3F Filippi, sarà possibile visionare il top della nostra gamma di sistemi sviluppati per il retail, a cominciare dalle ultime versioni immesse sul mercato. Non intendo solo i sistemi per le superfici di vendita, grandi o piccole che siano, bensì

tutti gli spazi collegati a un’attività commerciale, a cominciare da quelli per la logistica. EuroShop sarà anche l’occasione per presentare in anteprima un nuovo sistema ad incasso dalla notevole performance illuminotecnica”.



I sistemi di pagamento si dematerializzano

“La sfida europea vede lavorare il team di sviluppo locale per seguire le certificazioni domestiche dei vari Paesi”

Castles Technology è un primario costruttore di sistemi per i pagamenti elettronici. L'azienda realizza soluzioni all'avanguardia che vanno dai terminali, all'integrazione di applicazioni a valore aggiunto, fino ai servizi per la gestione delle transazioni nei vari settori del retail, dell'industria alberghiera e dell'accoglienza in generale e dei trasporti.

Filippo Scibilia, CEO di Castles Technology Europe, ci presenta l'azienda, la sua performance e relativi driver di sviluppo: “Castles Technology è un'azienda nata a Taiwan 24 anni fa. Dal 2017, è quotata sul mercato regolamentato di Taipei e ha scelto di investire in Europa fondando la Castles Technology Europe, con sede a Milano e uffici anche a Roma e Torino, per crescere nel Vecchio Continente e conquistare entro quest'anno il 25% del mercato POS in Italia. Con 5 milioni di unità vendute in oltre 50 Paesi del mondo, proponiamo soluzioni complete, partendo dalla

PIATTAFORMA SOFTWARE

“Ciò che caratterizza la nostra offerta”, sottolinea Scibilia, “è la piattaforma software, identica per tutti i nostri terminali, che consente di gestire e migrare facilmente sia applicazioni di pagamento che di business da un dispositivo all'altro. Inoltre, uno dei driver per il nostro core business è la tecnolo-

gia touch su terminali mPOS e unattended all-in-one e la disponibilità sullo stesso dispositivo di svariate opzioni di connettività, Bluetooth, WiFi, GPRS, nel rispetto dei più severi standard di sicurezza per gli schemi di pagamento, MasterCard e Visa e PagoBancomat per l'Italia”.





produzione dei terminali, con l'integrazione di applicazioni a valore aggiunto, fino ai servizi per la gestione delle transazioni. La sfida europea vede lavorare il team di sviluppo locale per seguire le certificazioni domestiche dei vari Paesi europei, creare nuove partnership strategiche e offrire così ai clienti soluzioni sicure, innovative e personalizzate, sia in settori verticali che bancari. Abbiamo completato i processi di certificazione PagoBancomat nel 2016 e nell'arco di un trimestre abbiamo già consegnato oltre 3.000 POS, di cui il 40% mobile POS”.



Il punto vendita del futuro

“Il negozio del futuro sarà un insieme di sottosistemi tecnologici dove il consumatore potrà operare in crescente autonomia, usufruendo di sistemi di check-out nelle varie opzioni più o meno assistite. Al tempo stesso, però, il consumatore sarà guidato e raggiunto da comunicazioni mirate da parte di alcuni brand specifici che offriranno, tramite app, sconti o punti a coloro che decideranno di pagare elettronicamente, portando su un unico terminale più applicazioni. Per questa ragione, è nel nostro settore che stanno suscitando molto interesse le tecnologie touchscreen e mobile, che offrono nuove possibilità di interazione col consumatore e veicolano anche piccoli messaggi pubblicitari, oltre alla connettività Bluetooth, GPRS e WiFi e alle funzionalità per i pagamenti senza contatto. Per facilitare la presenza di messaggi e informazioni sui terminali POS, abbiamo sviluppato una linea di dispositivi Android con schermo touch da 5 pollici. Poi, stiamo proponendo tecnologie che integrino a bordo del POS lettori di QR e codici a barre, sempre più richiesti nel mondo retail e a livello di sicurezza stiamo introducendo sensori per la lettura delle impronte digitali”.

“ Per facilitare la presenza di messaggi e informazioni sui terminali POS, abbiamo sviluppato una linea di dispositivi Android con schermo touch da 5 pollici ”

Una vetrina importante

“Il negozio del futuro sarà un insieme di sottosistemi tecnologici dove il consumatore potrà operare in crescente autonomia”

“Euroshop è uno degli eventi più importanti al mondo nel settore retail e attrae gli operatori alla ricerca di nuovi prodotti e servizi che li aiuteranno ad aumentare la produttività, ridurre i costi e migliorare la qualità dei servizi offerti ai clienti internazionali. È un’ottima occasione per dimostrare il valore delle nostre soluzioni: mPOS, dispositivi unattended, tecnologia touchscreen e per illustrare i benefici che i nostri sistemi sono in grado di portare, interagendo personalmente con clienti e prospect che visiteranno il nostro stand.

“Castles presenterà la gamma VEGA3000 che comprende terminali da tavolo, cordless e PinPad, nelle varie configurazioni e che offre connettività Bluetooth, WiFi e GPRS, oltre allo standard Ethernet sullo stesso dispositivo countertop e mobile”



Novità tecnologiche in fiera

“Mostreremo un esempio di integrazione di un registratore di cassa Custom con un nostro PinPad. Presenteremo il terminale mobile MP200, ideale per commercianti e professionisti in movimento: agenti, venditori ambulanti, consegne a domicilio, taxi, trasporti, che ha già ottime referenze nel mondo assicurativo. Un focus particolare sarà dedicato ai nostri dispositivi unattended all-in-one, disponibili sia con keypad che con touchscreen. Racconteremo alcuni casi di successo: infatti, in



collaborazione con Argentea, abbiamo sviluppato una soluzione innovativa volta alla semplificazione dei pagamenti al tavolo senza contanti che permette di gestire conti separati e buoni pasto, riducendo le code in cassa. Tra le varie applicazioni, mostreremo quella realizzata con DayRisto per l'accettazione dei buoni pasti elettronici.

Tra le novità in pipeline, abbiamo il POS con la videocamera a bordo che permette la lettura di QR code piuttosto che la cattura del documento di identità per la verifica del cliente, utile, per esempio, agli alberghi”.



La **sicurezza** prima di tutto

Checkpoint Systems è leader mondiale per le soluzioni di disponibilità della merce nel settore Retail, comprendenti la prevenzione delle perdite e la visibilità della merce. Checkpoint, una divisione di CCL Industries, fornisce soluzioni end-to-end che permettono ai retailer di ottenere una migliore accuratezza dell'inventario in real time, velocizzare il ciclo di rifornimento delle scorte, prevenire i casi di disassortimento e ridurre i furti, migliorando, quindi, la disponibilità della merce sugli scaffali e l'esperienza del cliente.



Le soluzioni Checkpoint si basano su 45 anni di esperienza nel settore della tecnologia a radio frequenza, su soluzioni antifurto innovative e di prevenzione delle perdite, su hardware e software RFID leader di mercato, oltre che su funzionalità di etichettatura complete, per etichettare, proteggere e tracciare la merce dalla fonte allo scaffale.

L'azienda sarà presente a EuroShop 2017 (Padiglione 6, Stand A24).

Alberto Corradini, Country Manager di Checkpoint Systems, descrive la performance aziendale sul mercato e i propri principali driver di sviluppo: "Checkpoint Systems è leader nelle soluzioni per la gestione della disponibilità dei prodotti nel Retail. L'an-

*EuroShop è diventata
la manifestazione fieristica di
riferimento in Europa*

titaccheggio EAS è di sicuro il core business dell'azienda, ma in una nuova veste; si parla di EAS 2.0, tutto converge sul digitale. Checkpoint è precursore di questo trend, con Evolve-Store, aggrega e analizza dati provenienti da più dispositivi per migliorare la gestione delle operazioni e delle vendite, in un contesto Retail sempre più orientato alla multicanalità”.



L'importanza di ridefinire il termine Loss Prevention

“Per il retailer, rivolgersi al consumatore attraverso più modalità di vendita online e offline impone dure sfide nella gestione dell'intera supply chain from Source to Shopper, ridefinendo così il termine Loss Prevention. Ecco che Checkpoint a EuroShop esporrà prodotti e soluzioni che puntano a migliorare le vendite, l'esperienza di acquisto, l'efficienza operativa e, al contempo, ridurre le perdite”.

Novità presso la source tagging lounge

“EuroShop è diventata la manifestazione fieristica di riferimento in Europa per il Retail e quest'anno festeggia i suoi 50 anni. Checkpoint ha creduto

in essa sin dal 1984”. “In questa edizione, presso lo stand A24 nel padiglione 6, la nostra azienda accoglierà i retailer per offrire loro una esperienza live, tutta innovativa, offerta nella Source Tagging Lounge, con un assortimento prodotti protetti alla fonte più grande al mondo, con l'esperienza e la competenza dei consulenti Checkpoint e il tour tra le soluzioni from Source to Shopper”.

La Source Tagging Lounge sarà il progetto principale mostrato nello stand. La private room dove, su appuntamento, il retailer potrà avere una visione completa del viaggio nella Protezione alla Fonte: i 5 Step per un progetto di successo, l'illustrazione del portafoglio completo dei prodotti protetti alla fonte ed un kit di partenza da portare con sé”.

“A tutto questo”, aggiunge Corradini, “saranno affiancate demo operative di soluzioni RFid Fresh Finder per la gestione dei freschi, ma anche per il tessile con l'RFid Box Tunnel, nuovi accessori per la protezione di prodotti ad alto rischio di furto, come la Density Tag e tanto altro”.

Il futuro del retail si tinge di verde

Columbia Srl è un'azienda leader nella realizzazione di soluzioni espositive per il food, con arredamenti personalizzati e destinati sia alla piccola che alla grande distribuzione.

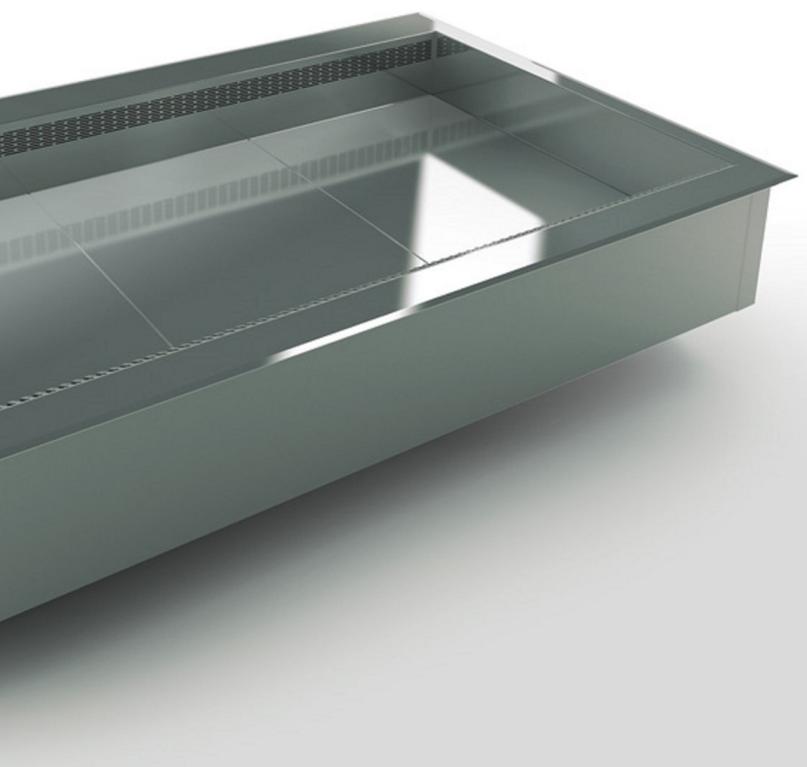
L'azienda di Monselice parteciperà a EuroShop 2017 e si propone al mercato come una realtà produttiva con la passione per il freddo e le finiture artigianali, per la cura meticolosa dei dettagli e sempre aperta a nuove sfide. Banchi frigorifero, espositori, piani da incasso da inserire in arredamenti di ogni locale commerciale rappresentano i prodotti di punta della gamma aziendale.

Ne parliamo con **Josef Egger, direttore commerciale dell'azienda.**



Ecosostenibilità e risparmio energetico

“La nostra performance ha registrato una forte crescita negli ultimi tre anni (circa. +100%) e prevediamo un trend positivo anche nel futuro. Per quanto riguarda i driver, indico la capacità di sviluppare piccole/medie serie in tempi ridotti, l'estrema flessibilità e tempestività nel rispondere alle esigenze di prodotti ad elevata customizzazione e/o tecnologia e, infine, un forte focus su innovazione di design e tecnologia”.



Come definirebbe il trend prevalente nella fase attuale del retail?

“Notiamo una crescente attenzione all’utilizzo di tecnologie eco-friendly/green per una maggiore ecosostenibilità e risparmio in termini di costi energetici

(banchi ad alta efficienza energetica)”. “Inoltre”, aggiunge Egger, “cresce il ruolo delle soluzioni personalizzate per consentire al retailer di avere un proprio marchio distintivo e differenziarsi nel mercato”.

Crescita internazionale

“EuroShop permette di consolidare rapporti con clienti attuali dando loro un costante supporto relativamente alla politica commerciale e allo sviluppo di prodotti ad hoc per affrontare con tempestività le richieste del mercato. Ci aspettiamo di ampliare la clientela internazionale e di affermarci come partner ideale per lo sviluppo per prodotti e progetti customizzati (il cliente immagina il prodotto, noi lo realizziamo) e estendere la nostra produzione di piccole e medie serie”.



L'isola semiverticale Flex plug-in con refrigerante R290 (eco friendly) e con (novità) 3 ripiani.

NOVITÀ TECNICHE E FUNZIONALITÀ

È un'isola totalmente trasparente per dare ai prodotti esposti la massima visibilità. Inoltre, Kilo, il banco a servizio con frontale totalmente trasparente, assenza di montanti o parti in metallo. Spalle totalmente in vetrocamera e sottostruttura aperta con piedi in vetro retroilluminati tutto per esaltare i prodotti esposti. Poi, un espositore refrigerato dalla forma particolare, insoli-

ta: il cliente lo ha immaginato, noi lo abbiamo progettato e realizzato partendo dalla bozza fatta a mano dal cliente stesso (Ideas Made Real). Infine, presenteremo l'isola Twice plug-in con due ripiani (3 piani di esposizione), totalmente trasparente, sempre per dare massima visibilità ai prodotti esposti”.

Parola d'ordine: **integrazione**



Custom Spa è leader nella produzione di tecnologie di stampa per mercati professionali. Custom si occupa della progettazione e produzione di soluzioni di stampa, offrendo un ampio portafoglio di prodotti e soluzioni nel mercato dell'hardware e del software in ambito Retail. La mission aziendale consiste nel fornire tecnologie di facile utilizzo, innovative e di facile integrazione: infatti, il brand "Custom" coincide con la mission aziendale stessa, basata sulla realizzazione di prodotti custom made, costruiti sulle esigenze dei mercati e dei clienti. L'azienda opera con 6 Business Unit (Aviation, B2C, Glb, Pos/Retail, Self-Service/ Industriale, Ticketing) in mercati verticali.

Alessandro Pedrazzi, Direttore Pos Business Unit Emea di Custom, illustra la performance sul mercato dell'azienda e i driver per lo sviluppo del rispettivo core business: "Negli ultimi anni, il nostro gruppo ha scelto strategicamente diventare un player capace di offrire soluzioni com-

plete, arricchendo la gamma hardware con quella software. Ciò ci ha permesso di raggiungere nuove tipologie di clienti, in particolare le grandi catene nazionali ed internazionali. Nell'ambito delle normative fiscali che regolamentano la gestione del punto cassa è in arrivo una importante novità: dal

Stefano Lenzi, Product Manager dell'azienda, illustra il trend prevalente percepito da Custom: "Il retailer di oggi vuole servizi puntuali al punto cassa: semplice nell'uso, performante e in grado di integrarsi con le altre piattaforme utilizzate. Ed è per questo motivo che Custom punta su soluzioni multi-piattaforma: la parola d'ordine è integrazione".

31 marzo 2017, tutti gli esercizi al dettaglio potranno scegliere di inviare in modo telematico i dati dei corrispettivi del registratore di cassa o della stampante fiscale esercitando l'opzione entro tale data. Una volta scelto il nuovo metodo di trasmissione dati, sarà obbligatorio mantenerlo per almeno cinque anni. Anche in Germania, è in arrivo una fiscalità sul punto cassa e ciò è tra le ragioni della nostra partecipazione a EuroShop".

Quali sono i comparti del retail più reattivi a tali servizi?

Risponde Pedrazzi: "In particolare, Fashion e Luxury, ma notiamo un interessante movimento anche nell'ambito del Food e della GDO".

Soluzioni integrate

Sottolinea Lenzi: "A Euroshop, l'unica fiera a livello europeo capace di garantire un importante riscontro e di individuare clienti che cercano innovazione, presenteremo la nuova stampante K3 MultiScan dotata di uno scanner integrato sulla stampante; è un lettore bidimensionale che si ricarica per induzione e funziona senza cavi. Legge i

codici dei prodotti e consente di fare con precisione i caricamenti dei magazzini. Ha molteplici range di applicazioni".

"Il retailer di oggi vuole servizi puntuali al punto cassa semplice nell'uso, performante e in grado di integrarsi con le altre piattaforme utilizzate."



Materiali performanti come **SCELTA VINCENTE**



L'azienda Plastimark è nata nel 1995 con l'obiettivo di innovare e migliorare gli strumenti che accompagnano la spesa quotidiana dei clienti del retail, offrendo un nuovo servizio sia alle insegne che ai consumatori finali del punto vendita.

La sede produttiva è di proprietà della famiglia Giordano ed è localizzata a Caraglio, in provincia di Cuneo: presso la sede, viene prodotta un'ampia gamma di carrelli, cestini, accessori, pallet e contenitori plastici.



Quale trend ravvisa stia prevalendo nel retail?

“In generale, percepiamo un prudente segnale di ripresa del settore”.



FATTURATO E MARGINALITÀ IN AUMENTO

Paolo Giubergia, Responsabile Vendite Italia di Plastimark descrive la performance di mercato e i driver dell'azienda piemontese: “Nel 2008, Plastimark è passata sotto il controllo del gruppo Giordano e, da allora, la nostra società è in crescita costante. Nell'ultimo triennio, in modo particolare, abbiamo registrato una

straordinaria crescita sia in termini di fatturato che di marginalità a riprova della collaudata strategia adottata dal management del nostro gruppo”. Inoltre, Giubergia aggiunge che “la formula che ci ha garantito questo trend positivo e costante nel tempo è data, oltre alle indubie capacità imprenditoriali della famiglia

Giordano, dalla costante ricerca della qualità sotto tutti gli aspetti, da una profonda conoscenza delle esigenze del nostro cliente, dalla elevata flessibilità e da una buona capacità di adattamento al mercato attraverso un costante aggiornamento degli assortimenti”.

Retail Modeling

SKY – LAND... Benvenuto Futuro!!!

La Rivoluzione del Trolley



Comodo,
il cliente
pone
i prodotti
nel cesto
senza
abbassarsi
e alzarsi
ogni volta

RM
RM
Retail Modeling srl

Sistema
Tirami
Sù...



Sede:

Via Albertini ,36
Gross – Ancona - Edificio C12
60131 – Ancona - Italy

Tel:

+39 071 2900928

E-mail:

info@remod.it

Web:

www.remodevolution.com

“Per quello che ci riguarda, EuroShop è sicuramente l’evento più importante in assoluto. Per Plastimark, questa è la sesta edizione. Con il passare delle edizioni, abbiamo sempre avuto dall’evento un crescente riscontro positivo. Siamo fiduciosi che anche l’edizione 2017 si riconfermerà per noi l’evento più interessante di sempre”.

Nuovi carrelli e nuove funzionalità in arrivo

“Un’ interessante novità che presenteremo in anteprima assoluta a Euroshop sarà il Maxi Tyko: si tratta di un maxi cestone per la spesa di capacità variabile dalle caratteristiche uniche nel suo genere. Infine, avremo anche delle grosse novità in termini di materiali. Il mondo

delle materie plastiche è in continua e rapida evoluzione. Di continuo, vengono immessi sul mercato nuovi materiali sempre più performanti e rispondenti alle nuove esigenze emergenti. La costante ricerca di nuovi materiali ci consente di offrire ai nostri clienti prodotti



con prestazioni sempre maggiori, meno costosi e con un bassissimo impatto ambientale rispetto ai vecchi sistemi per la spesa in metallo”.

Materiali performanti

“L’attenzione particolare dedicata allo sviluppo di nuove soluzioni ci ha sempre distinto negli anni dai nostri concorrenti. Anche per questa edizione, saranno numerose le novità che abbiamo preparato per i nostri clienti. Innanzitutto, presenteremo il completamento della una nuova linea di carrelli per la spesa denominata Hybrid composti in parte in metallo e in parte in plastica. La linea Hybrid vuole essere una soluzione concreta a disposizione della moderna distribuzione. La filosofia Hybrid era stata presentata in anteprima assoluta la scor-

sa edizione di EuroShop attraverso un carrello per la spesa di nuova generazione che ha reso di fatto obsoleti tutti i carrelli realizzati completamente in metallo presenti fino ad ora sul mercato. Il notevole successo riscontrato da Hybrid ci ha spinto a sviluppare una intera linea di prodotti costruiti con la filosofia Hybrid. Con la prossima edizione di EuroShop, la linea Hybrid raggiunge la sua maturità attraverso tutta una serie di soluzioni che soddisfano le esigenze delle grandi, delle medie e delle piccole superfici di vendita”.

Pagamenti verso **l'automazione** estrema

Yougo è un'azienda che realizza soluzioni modulari composte da hardware e applicativo che vantano una completa customizzazione e grande integrabilità: si tratta di sistemi che possono essere utilizzati in qualsiasi punto vendita e con qualsiasi piattaforma eventualmente già esistente.



UNA START-UP TECNOLOGICA CHE CRESCE

Cecilia Gallà, Marketing Specialist di Yougo Srl, presenta l'azienda: "Yougo è una grintosa start-up nata con il preciso intento di rilanciare il concetto di tecnologia d'eccellenza made in Italy applicata all'automazione nel Retail e messa al servizio del cliente. La mission aziendale è quella di

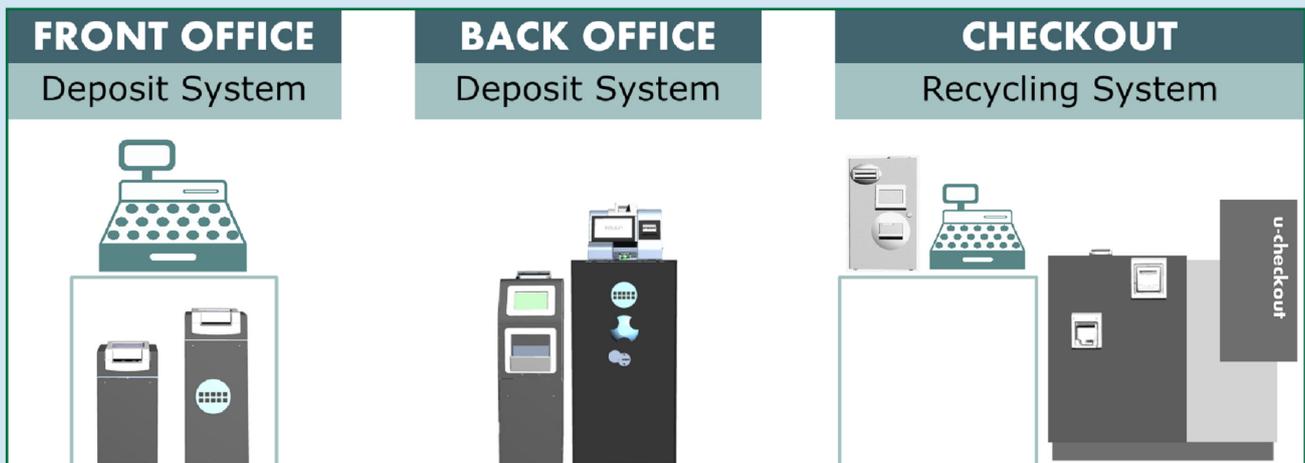
proporre al mercato del Retail una serie di soluzioni studiate ad hoc per il cliente e con il cliente; Yougo non fornisce un semplice tool ma un vero e proprio Retail Store Assistant". Attualmente, a 24 mesi dalla costituzione dell'azienda, l'azienda è presente sul mercato nazionale ed estero con numerosi

lotti di Smart Safe installate e operative e con svariati piloti che stanno dando importanti risultati e ottime prospettive. Il driver principale, fondamentalmente, è uno: la tecnologia. Tutti i sistemi Yougo sono intrisi del know-how che deriva dalla trentennale esperienza dei fondatori dell'azienda.

Cash management: modernizzazione e automazione

“Il mercato per il quale abbiamo studiato le nostre soluzioni, ovvero il mercato del retail, in questi ultimi anni, sta subendo un profondo e importante cambiamento, si sta orientando verso un percorso di modernizzazione e automazione in cui i sistemi di cash management stanno assumendo un ruolo sempre più importante. Gli operatori del settore stanno riconoscendo e apprezzando i plus che sistemi come i nostri possono fornire in termini di precisione di conteggio, si-

curezza antirapina, rapidità e controllo remoto e sono sempre più orientati ad integrare quelle che noi chiamiamo Smart Safe e più in generale Sistemi di Cash Management all'interno dei loro punti vendita. Altro dato interessante è come l'interesse dimostrato dai retailer verso queste soluzioni prescinda dalla dimensione del punto vendita e provenga dai player della GDO così come dai protagonisti dei più piccoli franchising”.



“ L’EuroShop di Düsseldorf è un appuntamento internazionale di fondamentale importanza per il nostro business, si tratta di un momento di incontro e confronto con concorrenti e clienti. Un’ottima opportunità, quindi, per avere ulteriori feedback e conferme circa lo stato dell’arte, oltre ad essere un’importante vetrina internazionale in cui presentare le soluzioni più innovative e interessanti per il mercato. Da questa edizione, ci aspettiamo ulteriori conferme del trend di mercato osservato fino a questo momento ”

COLUMBIA
Passion for Freshness



EuroShop

5 - 9 Marzo 2017
Düsseldorf · Germania
Vieni a trovarci: Hall 16 · C 37

HANDMADE
freshness

Ideas made Real

SOLUZIONI INDIVIDUALI

progettazione personalizzata e produzione di piccoli e medi lotti

TECNOLOGIE GREEN

efficienza energetica, R290, R134A, CO2

MASSIMA SICUREZZA E IGIENE

alti standard di qualità certificati

DESIGN USER-FRIENDLY

presentazione dei prodotti accattivante e moderna

Columbia S.r.l.

Via Umbria 17, 35043 Monselice (PD) Italy
T +39 0429 782804 · F +39 0429 782231
www.columbiasrl.it · info@columbiasrl.it

Un'organizzazione produttiva con la **Passione per le finiture Artigianali**, la cura meticolosa dei dettagli e una grande apertura alle nuove sfide.

Queste sono le peculiarità che, dal 1982, fanno di Columbia **uno dei punti di riferimento a livello globale** nella realizzazione di soluzioni espositive per il Food, con arredamenti personalizzati destinati sia alla piccola che alla grande distribuzione.

Oltre 35 anni di esperienza e gli **alti standard di qualità produttiva**, garantiti da certificazioni ISO 9001 dell'ente certificatore TÜV, sono la massima garanzia di qualità dei prodotti Columbia.



Retail Cash Management

Piattaforma software in evidenza

“Tra le principali novità che presenteremo quest’anno, spicca l’introduzione della nuova piattaforma software designed by Yougo tramite la quale ci si adatta ai portali di cash handling esistenti e grazie alla quale si rende semplice e funzionale l’integrazione e la gestione dei nostri sistemi. In particolare, questa piattaforma sarà un tool basato su cloud, tramite il quale i nostri device renderanno fruibili le loro informazioni a qualsiasi centro servizio e tramite il quale realizzeremo il ben noto IoT,

permettendo monitoraggio/aggiornamento/gestione delle periferiche in real time e nel pieno rispetto della sicurezza e della riservatezza dei dati”. “Inoltre”, aggiunge Cecilia Gallà, “le altre novità che presenteremo saranno tutte legate al concetto di automazione estrema dei pagamenti, fino quasi a sfiorare quella branca della mecatronica che è la robotica: con i nostri device, vogliamo sostituire quella parte di lavoro fino ad oggi affidata ai retailer in cui l’errore umano e il rischio personale sono

“Tutti i sistemi Yougo sono intrisi del know-how che deriva dalla trentennale esperienza dei fondatori dell’azienda”

ben presenti. Infatti, i device Yougo permettono di sollevare gli operatori dal conteggio manuale e dall’onere della movimentazione del denaro, evitando loro di commettere costosi errori e di essere sottoposti a rischi di furto e/o rapina, permettendogli, nel contempo, di dedicarsi al 100% a quelle attività propedeutiche alla vendita e al supporto del cliente”.

Con Distribuzione Moderna il tuo business cresce.



**DISTRIBUZIONE[®]
MODERNA**

Le notizie, tutte e subito
www.distribuzionemoderna.info