



L'EVENTO ITALIANO PER I PUNTI VENDITA

entra
NEL FUTURO
DEL TUO STORE

9|10|11
GIUGNO
2 0 2 7
VERONA
FIERE

PROGETTO E DIREZIONE

 **senaf**
MESTIERE FIERE

IN COLLABORAZIONE CON

 **gruppo
tecniche nuove**

 **veronafiere**
Trade shows & events since 1898

È LA NUOVA FIERA ITALIANA DEDICATA ALL'INTERO ECOSISTEMA DEL PUNTO VENDITA

Riunisce tecnologie, design, servizi e competenze per il retail contemporaneo, offrendo una visione completa e concreta delle soluzioni disponibili per progettare, innovare e gestire gli spazi di vendita.

Un evento che mette in connessione: retailer, brand, progettisti, aziende e fornitori, creando un contesto in cui idee e soluzioni diventano opportunità.

COSA LA RENDE DIVERSA

Il valore di EXPERIENCE RETAIL sta in un posizionamento chiaro e distintivo:

- ▶ una visione integrata del punto vendita
- ▶ un forte orientamento alla concretezza
- ▶ un format leggibile, essenziale, efficace

A questo si affianca una dimensione relazionale e culturale: non solo esposizione, ma contenuti e confronto. Talk, workshop, aree dimostrative e momenti di dialogo favoriscono l'incontro tra imprese e professionisti, generando nuove prospettive di business.

**UN EVENTO SULLA TRASFORMAZIONE
DEL PUNTO VENDITA.**

NON SOLO ESPOSIZIONE

EXPERIENCE RETAIL è anche una piattaforma di contenuti e relazioni.

Un programma di incontri accompagna i visitatori nella comprensione dei cambiamenti in atto, offrendo strumenti concreti e occasioni di confronto qualificato. Al centro dell'evento prende forma

The Store of Tomorrow – Made in Italy,
il suo cuore narrativo.

Uno spazio immersivo che interpreta il punto vendita contemporaneo come ambiente reale, modulare e attraversabile. Non una scenografia, ma un'esperienza concreta, pensata per mostrare come il retail funziona oggi — e come evolverà.

A CHI SI RIVOLGE LA MANIFESTAZIONE

- ▶ Top management della distribuzione organizzata e delle insegne retail
- ▶ Direzioni Marketing, Customer Experience e CRM
- ▶ Direzioni Vendite, Sviluppo Format e Canali Distributivi
- ▶ Innovation Manager, Digital Manager e responsabili della trasformazione digitale
- ▶ Responsabili Real Estate, Construction, Facility e Operations
- ▶ Trade Marketing, Category Management e Brand Activation
- ▶ Progettisti, Architetti e System Integrator specializzati nel retail
- ▶ Brand e aziende che valorizzano il punto vendita come touchpoint strategico

OPPORTUNITÀ • CONVEGNI • WORKSHOP

OPERATORI LOGISTICI
SOCIETÀ DI SERVIZIO NEL DELIVERY
FORNITORI DI SISTEMI DI PAGAMENTO
SOFTWARE COMPANY

AGENZIE DI COMUNICAZIONE E MARKETING
EXPORT SPECIALIST
SYSTEM INTEGRATOR
PAYTECH E DIGITAL SOLUTION PROVIDER

UN ECOSISTEMA IN SEI PERCORSI

EXPERIENCE RETAIL si articola in sei ambiti che interpretano il retail contemporaneo come un sistema integrato, dalla progettazione alla comunicazionee coordinata.

Sei aree, un'unica lettura: il punto vendita come esperienza complessa e coordinata.



STORE VISION

Concept, format, layout, trasformazione del negozio, customer journey, nuove configurazioni del punto di vendita.



RETAIL TECH LAB

Tecnologia, dati, AI, analytics, automazione, computer vision, software, customer intelligence, infrastrutture digitali del punto di vendita.



ENERGY & IMPACT

Energia, efficienza, sostenibilità, refrigerazione, manutenzione, impiantistica, monitoraggio dei consumi, decarbonizzazione del punto di vendita.



SPACE & MATERIALS

Arredi, visual merchandising, materiali, illuminazione, superfici, rivestimenti, display, progettazione fisica dello spazio.



SMART OPERATIONS

Pagamenti, workflow, logistica di negozio, self checkout, sicurezza, workforce management, anti-shrinkage, processi operativi.



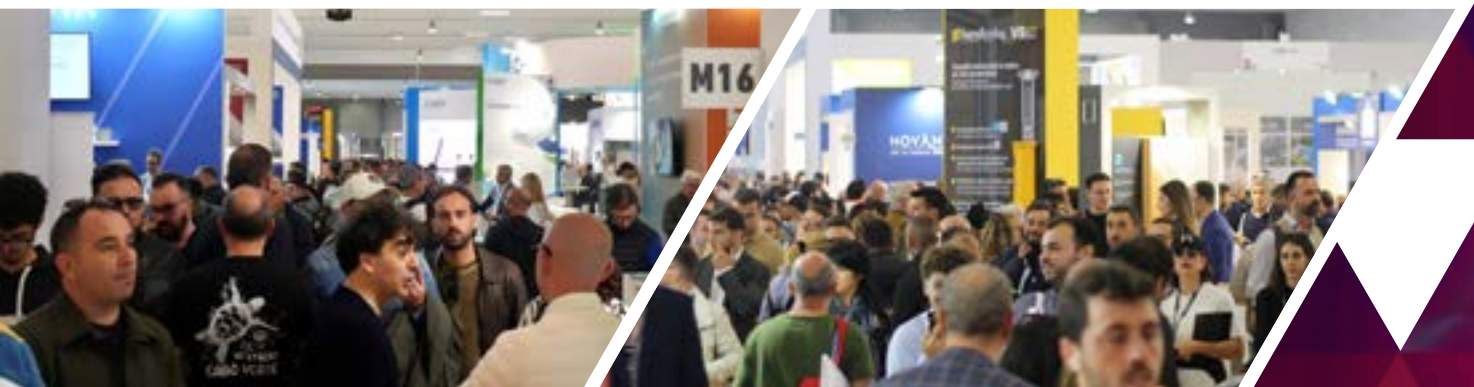
MEDIA IN STORE

Retail media, digital signage, loyalty, CRM, engagement, contenuti, comunicazione e monetizzazione del punto di vendita come media asset.



RETAIL IN EVOLUZIONE TRA ESPERIENZA E INNOVAZIONE

Il retail entra in una nuova fase di evoluzione, in cui stabilità e trasformazione convivono. I dati di mercato evidenziano volumi complessivamente stabili, a fronte di un cambiamento strutturale profondamente legato alla crescita dell'innovazione, con investimenti digitali che raggiungono il 4,7% del fatturato.



In questo contesto, **il punto vendita si conferma centrale, ma si trasforma.** Oltre il 70% dei retailer investe in strategie omnicanale e innovazione in-store, dando vita a spazi sempre più esperienziali, connessi e orientati al servizio. **È l'integrazione tra fisico e digitale a guidare il cambiamento, ridefinendo il ruolo dello store e la relazione con il cliente.**

Il retail di oggi si configura così come un ecosistema dinamico, data-driven e interconnesso, in cui tecnologie, canali e persone convergono per generare valore, abilitare nuove opportunità di business e riscrivere le regole della competizione.



PER MAGGIORI INFORMAZIONI
experinceretail@senaf.it

PROGETTO E DIREZIONE



IN COLLABORAZIONE CON



MEDIA PARTNER



GDOWEEK

Logistica



zero sotto zero

area



ambiente cucina

Sicurezza

FARMACIANEWS
FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE

bargiornale

Fresh Point
MAGAZINE

RISTORANTI
a burgomale

01net.

EDILE

italiagrafica