



EUROSHOP 2026

**Missió de prospecció comercial
23-26 de Febrer**

Índex

1. Context i marc estratègic
2. Objectius
3. A qui s'adreça?
4. Categories productes / solucions
5. Proposta de contingut
6. Durada i enfocament del projecte
7. Participants
8. Pressupost
9. Comparatiu agències



EUROSHOP és la fira internacional de referència del sector retail a escala mundial i se celebra a Düsseldorf. L'edició 2026 reunirà les principals tendències en innovació, digitalització, sostenibilitat i experiència de client, convertint-se en un espai clau per a la detecció d'oportunitats i bones pràctiques aplicables al comerç.

Aquesta missió de prospecció comercial s'emmarca dins del **Pla operatiu de comerç presentat al març de 2024 pel Govern d'Andorra**, i respon a la voluntat de la Cambra de:

- Dotar el retail andorrà d'eines per afrontar el context actual de transformació.
- Reforçar la competitivitat de les empreses.
- Posicionar Andorra com una **destinació de compres de referència**.

La proposta combina una visió **estratègica de país** amb una aplicació **operativa i pràctica per a les empreses participants**.

2. Objectius

2.1. Objectius estratègics (país)

- Assolir una de les fites definides en el pla operatiu de comerç del Govern d'Andorra
- Transferir coneixement internacional al teixit comercial andorrà.
- Impulsar la modernització del retail i la seva adaptació a les noves demandes del consumidor.

2.2. Objectius operatius (empreses)

- Anticipar les tendències que marcaran el futur del retail.
- Integrar tecnologia i emoció per millorar la relació amb els clients.
- Explorar eines per ser més eficients en un entorn omnicanal.
- Avançar cap a un retail més sostenible i alineat amb els valors del consumidor actual.
- Establir connexions amb actors clau del sector.
- Disposar d'un **full de ruta clar** per maximitzar el retorn de la visita a la fira.

3. A qui s'adreça?

- **Retailers i grans cadenes comercials**, tant *food* com *non-food*, que busquen noves tendències i tecnologies per a les seves botigues.
- **Dissenyadors i arquitectes de botigues**, especialistes en *shopfitting*, *store design* i *visual merchandising*.
- **Proveïdors de tecnologia per al retail**, incloent solucions per a punts de venda, sistemes de *retail technology* i automatització (*EuroCIS* com a part de l'esdeveniment).
- **Especialistes en màrqueting, promoció i experiències de compra.**
- **Empreses de productes i serveis per a botigues**, com il·luminació, mobiliari, materials, *energy management*, servei de restauració integrat (“food service equipment”), etc.
- **Consultors, distribuïdors, startups del retail i altres agents de la cadena logística i d'experiència de compra** que volen establir contactes i conèixer tendències globals

4. Categories de productes / solucions

•Shopfitting & Store Design

- Equipament i disseny d'espais comercials: mobiliari, sistemes d'exposició, elements estructurals, decoració i solucions de *visual merchandising*
- Solucions d'il·luminació per a botigues i espais comercials, incloent tecnologia d'il·luminació per destacar productes i crear ambient.

•EuroCIS (Retail Technology)

Tecnologia per al *retail*: sistemes de *POS*, analítica de dades, intel·ligència artificial, pagaments, compra connectada i digitalització del punt de venda.

•Retail Marketing

Solucions de màrqueting per al punt de venda: displays, *signage*, material publicitari, interacció digital i eines de comunicació amb el client.

•Expo & Event Marketing

Comunicació de marca, construcció d'estands, disseny d'esdeveniments i tecnologies per a esdeveniments *live*.

•Food Service Equipment

Equips i solucions per a serveis de restauració dins del *retail*: cuines, sistemes de venda *to-go*, equips de servei alimentari.

•Refrigeration & Energy Management

Sistemes de fred comercial, gestió energètica, sostenibilitat i tecnologies de control ambiental per a botigues i establiments

5. Contingut

4.1. Agenda personalitzada

Preparació d'una **agenda detallada i adaptada al perfil dels participants**, que inclourà contactes i continguts rellevants per a:

- Propietaris i gestors de *family office*.
- Gestors de centres comercials i grans magatzems.
- Gestors d'empreses i cadenes comercials.
- Empresaris del retail (botigues multimarca, supermercats, botigues especialitzades, equipament retail).
- Responsables de visual merchandising, aparadorisme i màrqueting.
- Promotors comercials del sector públic.

4.2. Ruta de prospecció comercial urbana

- Ruta de prospecció comercial a Düsseldorf.
- Durada aproximada: **3–4 hores**.
- Entre **8 i 12 establiments** seleccionats.
- Anàlisi de conceptes de botiga, experiència de client, visual merchandising i integració tecnològica.

5. Contingut

4.3. Assessorament especialitzat

- Assessorament en la preparació del dossier de presentació.
- Acompanyament durant els dies d'execució de la visita.
- Elaboració d'un **informe executiu final** amb conclusions, tendències i recomanacions.

4.4. Networking i transferència de coneixement

- Sessió online de retorn d'idees i conclusions postviatge.
Objectiu: **consolidar coneixements i ampliar l'impacte de l'acció.**

6.- Durada

2 dies de visita a la fira.

•Complement amb **1 tarda de prospecció comercial urbana.**

Del 23 al 26 de febrer

8. Preu

Inclou

Adaptació de l'agenda als perfils inscrits.

Acompanyament en la definició del contingut del projecte (catàleg, missatges i continguts per a xarxes socials).

Assessorament als empresaris durant la visita a la fira.

Disseny i acompanyament de la ruta de prospecció comercial a Düsseldorf (4 hores).

Elaboració de l'informe final.

Sessió online de retorn.

Cost

685,00 € (+IGI)

- No inclou despeses de desplaçament i allotjament -