

## מדריך TheMarker: החידושים שיצעידו קדימה את ענף הקמעונות

בתערוכה ירושופ 2014 יכלו קמעונאים לסקור את החידושים העתידיים בתחום ולשמוע על הטרנדים המובילים בעולם: החל מחנות קונספט לחולצות בלבד ועד חנות מיוחדת לחתן-כלה

16:18 27.02.2014 מאת: ליאור קובן

תערוכת Euroshop התקיימה החודש בדיסלדורף, גרמניה. התערוכה הגדולה והחשובה ביותר של תחום הקמעונות, המושכת אליה מבקרים מכל העולם ומתקיימת זו השנה השלישית. התערוכה משמשת במה לכל עולמות הריטייל, החל במערכות מידוף, תשתיות קירור וקופות, דרך עולם שלם של אביזרי תצוגה, חומרי גמר וחיפויים, מערכות בקרה וניהול. התערוכה השתרעה על פני 16 אולמות, בשטח כולל של 170 אלף מ"ר, והגיעו אליה 2,036 מציגים מ-53 מדינות, אך רק שני מציגים מישראל. השנה ביקרו בתערוכה כ-105 אלף בני אדם.

מישראל הגיעו כמבקרים כמעט כל נציגי המגזר הקמעוני, מבעלי ומנהלי רשתות וחנויות, דרך נותני שירותים שונים מתחום העיצוב והתכנון ועד ספקי ציוד מקומיים. זהו הביקור השלישי שלי בתערוכה, ועבורי, כמעצב וכמקים מתחמים קמעוניים - זהו דיסנילנד של ממש.

בשנים הקודמות הופיעה מדי פעם טכנולוגיה חדשה ולא תמיד בשלה ששטפה את התערוכה (ממשקים אינטראקטיביים, מסכי תלת הממד, טכנולוגיות זיהוי קונה ומוצר וכו'), שעל פי רוב היתה יקרה, לא נגישה בזמן הצגתה והסיטה את תשומת הלב מהיישומים המידיים והשימושיים והפחות זוהרים שהוצגו בתערוכה. השנה, בצל שנות משבר עולמי, הגיעו המציגים לתערוכה מפוכחים, עם מוצרים ופתרונות בשלים וכפועל יוצא הרבה יותר פרקטיים, פחות גרנדיוזיים ומנסים לתת מענה יעיל ומידי למרחב הקמעוני.

הפעם, כמעט בכל תחום שהוצג בתערוכה, ניתן היה לראות שיפורים ברמות שונות ובכל קטגוריה ושאיפה להפוך את המוצרים לנגישים ולזולים יותר.

### הנה כמה דוגמות מעניינות שהופיעו בתערוכה:

**קופה עצמית משודרגת** – קופות עצמיות ניתן לראות ברשת שופרסל, אולם קשה להגיד שהם הפכו לנפוצות ברשתות נוספות בארץ. בין הסיבות: הלקוח משמש בעצם כעובד קופה ללא תגמול, ובשל העובדה שהזרימה של המערכת לא תמיד מלאה. בתערוכה הוצג דור חדש של קופות שמציג את הכיוון העתידי של התחום: במקום לסרוק, מניחים את המוצרים על המשטח שנמצא בתנועה מתמדת ומשמש גם כמשקל ברצף, כאשר המוצרים נסרקים באופן עצמאי תוך כדי תנועה. לאחר שהנחנו את המוצרים ואלו נסרקו ונעו לצידה השני של הקופה, כל מה שנשאר לעשות הוא לשלם במזומן או באשראי ולהכניס את המוצרים לשקית. המגבלה כרגע היא במספר הפריטים שניתן להזין למערכת (כ-15 אלף) שמן הסתם יגדל בקרוב.

**שינוי בעובי ובגובה המדף** - שיפור משמעותי שיידעו להעריך כל מי שהקימו חנות מזון. נכון להיום, מערכות המידוף מתחילות מגובה של כ-15 ס"מ מהרצפה ועובי המדף הוא כ-3 ס"מ. המערכת שהוצגה בתערוכה היא בעובי של סנטימטר אחד בלבד ומתחילה נמוך יותר, מה שמאפשר להוסיף מדף נוסף בכל שטח החנות. כלומר, על אותו שטח ניתן להוסיף כ-15% יותר במגוון המוצרים.

**שיפורים במערכות הקירור** - בעולם הקירור, שהוא המורכב והיקר ביותר מבין מערכות החנות, תמיד יש צורך בייעול אנרגטי. לשיפור התצוגה וקלות התפעול והתחזוקה, בלטה באופן משמעותי חברת ARNEG על מגוון הפתרונות שהציגה.

**תוכנות מידול מתקדמות** - כתוצאה מהתקדמות טכנולוגית בתוכנות אלו, ניתן היה לראות משטחים מורכבים ותעוזה עיצובית שלא נראתה קודם ברמת מחיר וזמינות כזו.

**חשמל** - הרכיב המעניין ביותר היה הזנת מתח 220 וולט ותקשורת דרך פס צבירה. אלמנט זה היה קיים עד עתה לגופי תאורה בלבד, ומעתה יכול לשמש לצרכי תשתיות שונות, ואינו מחייב תכנון מוקדם או שינוי מורכב בכל נושא ההזנות.

**לדים משופרים** – כמובן, איך אפשר בלעדיהם. בתערוכה הציגו שיפור בכל היבטי המערכות המוכרות כיום. מחיבור קל וחכם למערכות מידוף, דרך משטחי ענק גמישים לתצוגה גרפית מלאה למרחקים, וכן שיפור והוזלה ניכרת בשילוב מסכים במתקני החנות.

**יצרנים קטנים** - הנגישות ליצרנים קטנים דרך הרשת הולכת ונהיית פשוטה משנה לשנה. ניתן היה לראות כיצד מספר רב של יצרני בוטיק מכל העולם ובכל תחום כמעט מצליחים להיות נגישים בזכות מחירים שווי נפש ובזכות אפשרות להזמנה של כמויות קטנות. כך, למשל, יצרני אותיות שילוט מהמדמהים שראיתי שהגיעו מיפן, בובות פריקות לחנויות אופנה בעיצוב לפי הזמנה, אורגי שטיחים ממותגים מאיטליה ורבים אחרים.

**איך אפשר בלי גימיקים** - בתחום זה בלטה במיוחד מזרקה חדשנית, שיכולה ליצור טקסט או אימג' המרחף באוויר לזמן קצר, וכן את השימוש הנרחב בחיישני הXBOX לצורך יצירת ממשק אינטראקטיבי עם תצוגה בתנועה או אנימציה.

**הבשלת קונספט Design&Built** - נישה שהיתה שולית בארץ ובחול, התפתחה והפכה לקטגוריה בפני עצמה של נותני שירותים מלאים. כלומר, חברה אחת שמטפלת בנקודת המכירה מהקונספט הקמעוני דרך כל תהליכי עיצוב הפנים, התעשייתי והגרפי, ועד לייצור וההתקנה, כפרויקט מפתח.

בכנס העיצוב שהתקיים במסגרת התערוכה נכחו רק שני ישראלים, וחבל. אני ממליץ מאוד לכל מי שיבקר בתערוכה בעתיד לפנות זמן להרצאות העומק מפי בכירי השוק העולמי. בלטה מאוד נביאת הטרנדים המובילה בעולם, לי אדלקורט, ילידת הולנד שמתגוררת היום בפאריס. אדלקורט, המוכרת גם בקרב חוגים מסוימים בישראל ואף אצרה תערוכה במוזיאון העיצוב בחולון, הציגה רעיונות קמעוניים שיבשילו בשנים הקרובות.

כמו שהתפתחו חנויות נישה במזון ובהן חנות לחם או חנויות יין היא מעריכה כי בעתיד יפתחו בענף האופנה חנויות נישה לחולצות צווארון בלבד. טרנד נוסף הוא התפתחות קונספט של "איחוד שירותים" לחנות אחת כמו, למשל, "חנות לחתונה", שבה קונים גם החתן וגם הכלה יחד, לא רק פריטי לבוש, אלא את כל "פריטי החתונה" - החל מהזמנה ועד למפת השולחן באירוע, במטרה לתת מענה אמיתי לצורך צרכני.

**הכותב הוא מנכ"ל חברת קורן לפתרונות חזותיים**

