

## Obchod je na změny připraven, ukázal Retail Summit

**Rekordní počet účastníků zaznamenal Retail Summit, každoroční setkání klíčových hráčů obchodního trhu. Provozovatelé online a kamenných obchodů měli možnost si po roce opět vyměnit zkušenosti se svými kolegy i dodavateli zboží a služeb pro retail.**

Celkem 1200 účastníků a 85 řečníků hostí tento týden Retail Summit 2023 pořádaný Blue Events a Svazem obchodu a cestovního ruchu. Hlavním tématem ročníku byla sázka na změnu. Hlavní program probíhal 29. 3., následující den ho doplnilo šest specializovaných diskusních panelů. *„Většina firem má extrémně krátkozraký pohled na budoucnost. Často si ji pouze odvozují od toho, jak vypadá jejich dnešek s tím, že budoucnost bude přibližně stejná,“* říká hlavní řečník konference Peter Hinssen, známý odborník na inovace a poradce mnoha firem. Firmy by se podle něj měly více zabývat dlouhodobým plánováním a vizemi. Inovace by ale měly nejen sledovat a zkoušet, ale také jim dát prostor pro škálování napříč svojí organizací za podpory perfektních procesů. Nejlepší předpoklady podle Hinssena mají k takovým změnám nejen dravé startupy, ale stejně tak i zavedené firmy, např. z řad retailu vidí jako nejlepší příklad americký Walmart.

Také evropský retail je na prahu změn, do konce roku 2030 by měl investovat až 1,6 % svých příjmů do oblasti digitalizace, rozvoje talentů a udržitelnosti, aby si udržel svoji konkurenceschopnost. Podle konzervativních scénářů to znamená až 315 mld. eur investic, podle optimistických dokonce dvojnásobek. Digitalizace bude pro retail znamenat kompletní upgrade IT systémů, ochrany dat a automatizace, ale také masivní investice do analytiky a AI, podporu in-store technologií a řízení skladů. Připravenost na změny ukázali v programu mj. šéfové řetězců Tesco, Kaufland a Billa.

*„Zákazník se stále rychleji adaptuje na digitální prodejní kanály a bude očekávat mnohem intenzivnější propojení on-line a osobní interakce. Automatizace je šancí k prudkému zvýšení produktivity,“* uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a viceprezident EuroCommerce.

Pokud má retail dostát svým závazkům v udržitelnosti a cirkularitě, musí vytvořit vlastní infrastruktury ke sběru a opakovanému využití materiálů a výrazně snižovat spotřebu energie, včetně nových konceptů prodejen. Pro odpovědné chování musí retail získat jak zákazníky, tak své dodavatele. Jako silné společné téma mu přitom bude sloužit apel na zdravou spotřebu. Potřeba nových dovedností a vzdělávání bude znamenat, že tréninkem bude muset projít až polovina zaměstnanců ročně.

Ve středu 29. 3. večer proběhlo na Retail Summitu vyhlášení vítězů jubilejního 20. ročníku soutěže Mastercard Obchodník roku. Absolutním vítězem letošní speciální kategorií „Inovace roku – Sázka na změnu“ se stal COOP za projekt samoobslužných prodejen. Vítěz prestižního ocenění O<sub>2</sub> Digital Retailer se stal Dr.Max.

Své produkty a služby přímo v prostorách centra předvedlo 65 [komerčních partnerů](#) v čele se společnostmi Pizeňský Prazdroj, Czech Promotion a Mastercard. Další v pořadí 30. ročník [Retail Summitu](#) se bude konat ve dnech 25.–27. března 2024.

→ [Presskit s obrazovým materiálem najdete zde.](#)