



O SUPERMERCADO QUE **VENDE MELHOR**

Visitamos o maior evento do setor, a EuroShop 2026, em Düsseldorf, na Alemanha, e este material **apresenta sete tendências da EuroShop aplicadas à realidade varejista**, com foco em supermercados brasileiros.

Conteúdo que **transforma design, operação e experiência em resultado** no varejo alimentar.

***Design que vende não é ornamento.
É estratégia espacial, clareza comercial
e experiência memorável.***

O que você encontrará neste material

Uma leitura prática das sete frentes oficiais da EuroShop traduzidas para supermercados, com foco em arquitetura comercial, visual merchandising, comunicação, experiência e eficiência operacional.

Uma visão estratégica para redes que desejam vender melhor, comunicar melhor e operar melhor.

Conteúdo

Introdução	01
Tendência 01 Shop Fitting & Store Design	03
Tendência 02 Lighting	04
Tendência 03 Eurocis / Retail Technology	05
Tendência 04 Retail Marketing	06
Tendência 05 Expo & Event Marketing	07
Tendência 06 Food Service Equipment	08
Tendência 07 Refrigeration & Energy Managment	09
Conclusão	10

Introdução

A EuroShop 2026 organizou o evento em **sete dimensões que atravessam todo o ecossistema do varejo**:



Para supermercados, essas frentes **não devem ser lidas como áreas isoladas**, mas como camadas complementares de um mesmo sistema de vendas.

É exatamente nessa convergência que a Opus Design atua. **Para a Opus, design não é acabamento: é estratégia comercial.** Um projeto bem resolvido orienta fluxo, aumenta legibilidade, valoriza categorias, melhora a permanência do cliente, eleva a percepção de qualidade e sustenta decisões operacionais mais inteligentes.

Neste e-book, traduzimos as **sete frentes da EuroShop para a realidade dos supermercados brasileiros** e mostramos como a Opus pode convertê-las em soluções concretas de arquitetura, layout, comunicação e experiência de compra.

Leitura Estratégica Opus

Design como estratégia de vendas

Quando arquitetura, iluminação, comunicação e operação trabalham juntas, a loja deixa de apenas expor produtos e passa a construir preferência, recorrência e valor percebido.

Mapa executivo das 7 tendências para Supermercados

#	Tendência	O que muda	Oportunidade
1	Loja como Destino	Layout, setorização e ambiência deixam a loja mais clara, agradável e descoberta.	Mais circulação qualificada, permanência e compra por impulso.
2	Luz que Orienta e Valoriza	Iluminação passa a guiar a percepção, destacar frescor e construir atmosfera.	Melhor percepção de qualidade e maior destaque para categorias-chave.
3	Tecnologia Invisível	Automação, dados e smart store tornam a operação mais precisa e fluida.	Menos ruptura, melhor produtividade e jornada sem atrito.
4	Comunicação que Converte	Sinalização, retail media e omnicanal reforçam decisão no ponto de venda.	Mais clareza promocional, navegação e ativação de marca.
5	Experiência Ativável	Degustações, eventos e cenários de marca criam momentos memoráveis.	Mais experimentação, afeto e diferenciação competitiva.
6	Food Service Relevante	Padaria, café, rotisseria e conveniência ganham força como destino.	Maior recorrência, ticket ampliado e tempo de permanência.
7	Eficiência que Aparece no Resultado	Refrigeração, energia e sustentabilidade tornam-se visíveis e mensuráveis.	Custos mais controlados e operação preparada para o futuro.



Tendência 01

Shop Fitting & Store Design

Loja como destino: layout que cria fluxo, permanência e descoberta

Shop Fitting & Store Design é a área voltada ao planejamento, design e execução do espaço de loja, unindo arquitetura comercial, mobiliário, materiais, superfícies e soluções que tornam o ambiente mais funcional, atrativo e alinhado à experiência de compra.

A leitura de store design defendida na EuroShop aponta a loja física como lugar de experiência sensorial e circulação intencional. Em vez de um espaço apenas funcional, o supermercado passa a operar como ambiente de descoberta, conveniência e conforto, com layout capaz de conduzir o olhar e o deslocamento do cliente.



Em resumo

Quando o percurso é claro e convidativo, o cliente entende melhor a loja, encontra mais categorias e permanece mais tempo em áreas de alto potencial comercial.

Como a Opus pode ajudar no fluxo dentro de supermercados

- Reorganiza a setorização para valorizar categorias de entrada, frescor, abastecimento rápido e pontos quentes de decisão.
- Desenha percursos com leitura intuitiva, reduzindo ruído visual e criando uma experiência mais fluida entre oferta, serviço e conveniência.
- Integra materiais, cores, mobiliário e visual merchandising para que o espaço comunique qualidade antes mesmo da precificação.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

Tendência 02

Lighting

Luz que orienta, valoriza e vende

Lighting é a área da iluminação estratégica no varejo, pensada para destacar produtos, criar atmosfera, orientar a jornada e valorizar a experiência de compra. É a luz como elemento de percepção, emoção e performance, transformando o espaço comercial em uma experiência mais envolvente, sofisticada e vendedora.

Na EuroShop, **iluminação aparece menos como recurso técnico e mais como linguagem comercial.**

Sistemas inteligentes, planejamento luminotécnico e cenas específicas por categoria mostram que luz é ferramenta de orientação, valorização de produto e construção de atmosfera.



Em resumo

Em supermercados, a luz certa pode reforçar frescor em hortifruti, apetência em padaria e rotisseria, e clareza de preço e navegação em corredores de abastecimento.

Como a Opus aplica a iluminação voltada a resultados e experiência do cliente

- Desenvolve camadas de iluminação que combinam luz geral, destaque de categoria e pontos de ênfase em lançamentos, serviços e ativações.
- Trabalha contraste, temperatura de cor e hierarquia visual para elevar percepção de qualidade sem poluir a experiência.
- Alinha a iluminação ao conceito arquitetônico da loja para gerar unidade entre marca, conforto e venda.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

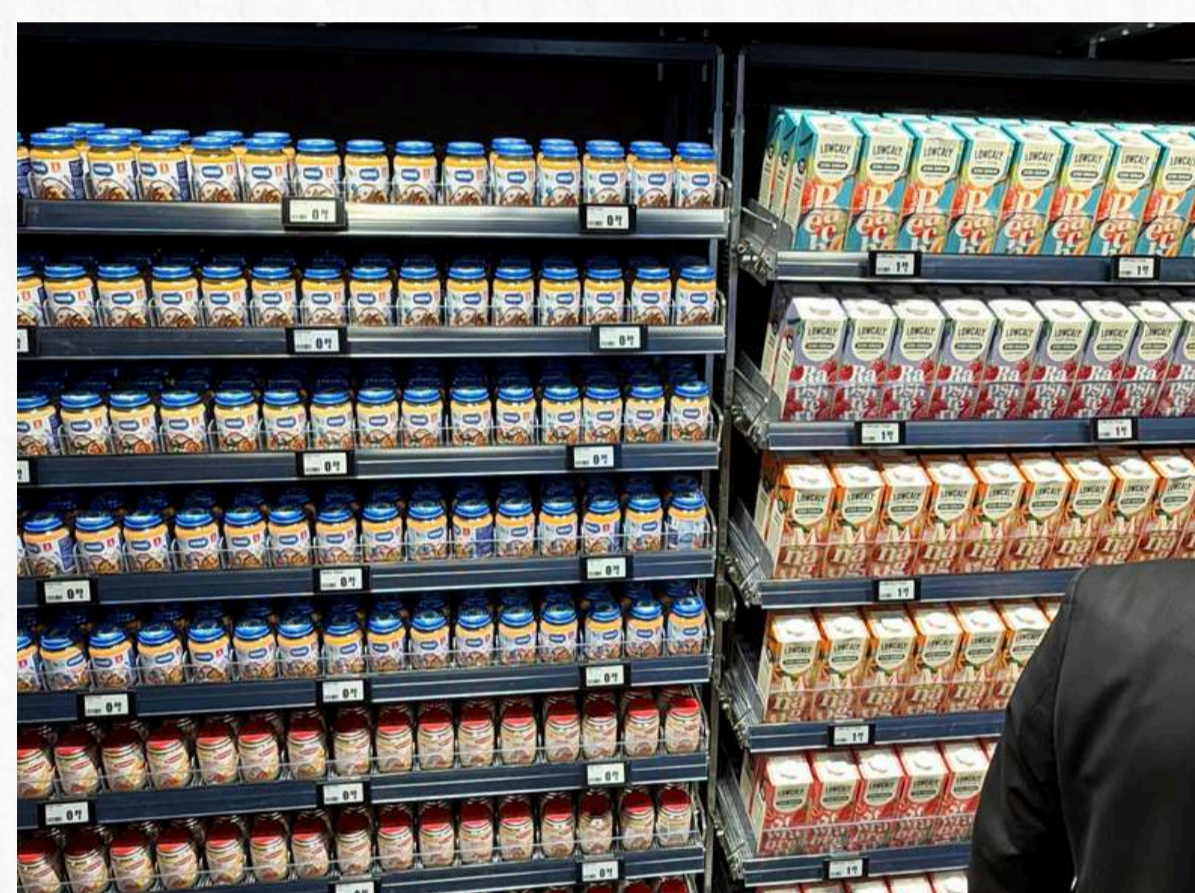
Tendência 03

Eurocis / Retail Technology

Tecnologia invisível, operação visível

EuroCIS / Retail Technology é a área da tecnologia aplicada ao varejo para tornar a operação mais inteligente, integrada e eficiente. É a tecnologia que conecta operação, experiência e dados para transformar o varejo em um ecossistema mais fluido, estratégico e competitivo.

A frente de retail technology destaca o avanço de inteligência artificial, smart store, análises em tempo real e processos automatizados. **O ponto central não é exibir tecnologia, mas fazer com que ela desapareça na jornada e apareça em eficiência, disponibilidade, conveniência e inteligência operacional.**



Em resumo

Para supermercados, isso significa menos ruptura, mais precisão de abastecimento, filas menores e decisões mais rápidas baseadas em dados.

Como a Opus atua em retail technology

- Projeta ambientes já preparados para integrações de autoatendimento, etiquetas digitais, monitoramento de gôndola e recursos omnichannel.
- Cria arquitetura e comunicação compatíveis com jornadas híbridas, onde físico, digital e conveniência precisam funcionar como um só sistema.
- Traduz a tecnologia para o cliente por meio de sinalização clara, fluxos simples e interfaces discretas, sem comprometer a elegância da loja.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

Retail Marketing

Comunicação de loja mais clara, sensorial e omnicanal

Retail Marketing é a área voltada à comunicação e promoção de vendas no varejo, usando recursos como decoração, marketing digital e displays de ponto de venda para fortalecer a marca e impulsionar resultados. Estratégia que transforma comunicação, presença de marca e experiência em conversão, conexão e valor dentro da jornada de compra.

A EuroShop reforça que **marketing no varejo hoje depende da conexão entre presença física, personalização, omnichannel e impacto no ponto de venda**. Em supermercados, isso amplia o papel da sinalização, das campanhas sazonais, do retail media e da comunicação de categoria.



Em resumo

A loja vende melhor quando sua mensagem é imediata: o cliente entende a proposta, enxerga a solução e percebe a coerência da marca em cada contato.

Como a Opus melhora a conversão do seu supermercado

- Estrutura sistemas de comunicação para fachada, entrada, corredores, ilhas promocionais, serviços e categorias estratégicas.
- Desenha campanhas e materiais com coerência visual entre arquitetura, ambientação, sazonalidade e performance comercial.
- Valoriza a marca própria, os diferenciais de frescor e os serviços da rede com linguagem clara e facilmente replicável.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

Expo & Event Marketing

Experiência ativável: Da visita à memória de marca

Expo & Event Marketing é a área voltada à criação de experiências de marca em feiras, eventos e ativações, por meio de estandes, tecnologia e formatos interativos. Transformar presença de marca em experiência memorável, conectando espaço, narrativa e interação para gerar impacto e valor.

As **discussões de live communication e brand experience** presentes na **EuroShop** mostram que a loja física precisa ser cada vez mais ativável.

Degustações, ilhas temáticas, cenários sazonais e microeventos transformam a compra em lembrança, e a lembrança em preferência.



Em resumo

No supermercado, experiência não precisa ser grandiosa para ser eficaz: ela precisa ser pertinente, bem posicionada e coerente com a proposta da marca.

Como a Opus ajuda seu supermercado a gerar mais valor

- Concebe pontos de ativação e degustação com desenho limpo, alto impacto visual e integração orgânica ao ambiente da loja.
- Cria roteiros de campanha para datas-chave, lançamentos e marca própria, traduzindo estratégia em presença física memorável.
- Desenvolve mobiliário, comunicação e ambientação para ações que geram experimentação sem comprometer o fluxo da operação.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

Tendência 06

Food Service Equipment

Food service e conveniência como motores de recorrência

FOOD SERVICE EQUIPMENT é a área voltada às soluções e equipamentos para alimentação no varejo, incluindo operações de **to-go, consumo no local, conveniência e food service**, com frentes como **cooking & baking, convenience systems, food technology e to-go solutions**.

A área de food service da EuroShop evidencia que o **supermercado contemporâneo amplia sua relevância quando combina compra com consumo, conveniência e serviços de alimentação**. Padaria, café, rotisseria, refeições prontas e pontos de pausa deixam de ser anexos e passam a atuar como motores de fidelização.



Em resumo

Quanto mais inteligente e desejável for essa oferta, maior a chance de o supermercado ser escolhido não só para abastecer a casa, mas para resolver o dia do cliente.

Como a Opus desenvolve soluções para seu supermercado

- Desenha áreas de bakery, café, empório e refeições prontas com linguagem contemporânea e vocação para permanência.
- Organiza fluxos entre produção, exposição, atendimento e consumo para ganhar eficiência e melhorar a leitura do espaço.
- Cria cenários de conveniência com identidade própria, elevando valor percebido e ampliando ticket médio.

Leitura Opus: cada tendência gera valor quando projeto, comunicação e operação são pensados como um sistema integrado.

Refrigeration & Energy Management

Refrigeração, energia e sustentabilidade com retorno prático

Refrigeration & Energy Management é a área voltada à **refrigeração comercial** e à **gestão inteligente de energia no varejo**, unindo climatização, cadeia fria, eficiência operacional e sustentabilidade. A EuroShop apresenta essa dimensão como o espaço para soluções de resfriamento, ventilação, aquecimento e redução de consumo energético no varejo.

A leitura de **energia e refrigeração na EuroShop é objetiva: eficiência, automação e sustentabilidade deixaram de ser pauta técnica restrita ao bastidor**. Tornaram-se alavancas de competitividade, custo e reputação. Em supermercados, isso é ainda mais crítico, pois a infraestrutura impacta diretamente a operação diária.



Em resumo

Eficiência energética bem aplicada reduz perdas, melhora previsibilidade de custos e reforça a imagem de uma operação mais contemporânea e responsável.

Como a Opus melhora o desempenho e manutenção de supermercados

- Projeta soluções que articulam arquitetura, equipamentos, ambientação e circulação com foco em desempenho e manutenção.
- Ajuda a tornar visíveis atributos sustentáveis por meio de linguagem de loja, materiais, comunicação e experiência espacial.
- Integra eficiência técnica à estética do varejo, evitando que a busca por economia comprometa conforto, legibilidade ou percepção de qualidade.

Conclusão

As sete frentes destacadas pela EuroShop indicam um varejo cada vez mais integrado: **eficiente nos bastidores, claro na comunicação, forte em experiência e inteligente na operação**. Para supermercados, a grande oportunidade está em **deixar de tratar essas dimensões como departamentos isolados e passar a enxergá-las como uma estratégia única** de performance.

A **Opus Design** atua justamente nessa interseção. Ao combinar **arquitetura comercial, visual merchandising, comunicação e leitura de fluxo**, a Opus transforma tendências internacionais em **soluções aplicáveis, belas e comercialmente consistentes para a realidade do supermercado**.

Síntese executiva

A loja física mais competitiva é aquela que combina eficiência operacional, experiência coerente, comunicação clara e identidade espacial. Esse é o território em que a Opus transforma tendência em projeto e projeto em performance.

FALE COM A OPUS DESIGN

Com expertise em arquitetura comercial, olhar estratégico para o varejo e ampla experiência na criação de espaços que unem estética, funcionalidade e performance, a Opus Design está preparada para avaliar o potencial da sua loja e indicar caminhos reais de transformação. Agende uma avaliação online, sem compromisso, e descubra como o design pode impulsionar resultados.

Agende uma avaliação

 (11) 94100-4722

Rua Coelho Lisboa, 442 sala 91 - Tatuapé São Paulo - SP

visite www.opusdesign.com.br
saiba mais

Referência

Este e-book foi desenvolvido a partir de nossa visita presencial, materiais oficiais da EuroShop 2026 e de páginas temáticas do evento voltadas a design de loja, iluminação, tecnologia, marketing, ativações, food service e energia.

- EuroShop 2026 - Dimensions (sete dimensões oficiais do evento)
- Shopfitting & Store Design - stores of tomorrow
- Lighting - smart light management and lighting installations
- Retail Technology / EuroCIS - AI, smart store and automated processes
- Retail Marketing - omnichannel and personalization
- Expo & Event Marketing - live communication and brand experiences
- Food Service Equipment - intelligent catering solutions for retail
- Refrigeration & Energy Management - smart cooling and energy optimization
- Guided Tours EuroShop 2026 - retail tech, sustainable store design and energy management

