

## 5. Kenniscreatie & innovatie

**Kenniscreatie & innovatie vormen de basis voor een sector die toekomstbestendig en aantrekkelijk is en blijft. Op allerlei plaatsen (op straatniveau in winkelgebieden, bij retailers en bij lokale overheden) en met inzet van uiteenlopende nieuwe methoden vindt (digitale) innovatie in de retail plaats.**

Kennisinstellingen, Living labs, Kamers van Koophandel en brancheorganisaties buigen zich over vernieuwingen die de retail en de retailer kunnen versterken. Veel initiatieven zijn te weinig zichtbaar en te slecht vindbaar. Door versnippering krijgen ze niet de aandacht die ze verdienen. De nieuwe kennis is vaak slecht ontsloten.

De Retailagenda wil alle opgedane kennis verder vergroten en verbinden. De ambitie van de Retailagenda is om een gezamenlijk programma te formuleren dat kennis van innovatieve toepassingen bundelt en toegankelijk maakt. Dit kan in de vorm van één centraal platform waar alle initiatieven, onderzoeken, ontdekkingen en inzichten - met en voor alle stakeholders - op een efficiënte manier worden gedeeld en geraadpleegd. Het platform waarborgt zo tegelijkertijd de continuïteit van de Retail Innovatie-agenda.

De toegevoegde waarde van het platform zit in verzamelen, verbinden, versterken, structureren, duiden, implementeren en delen.