

COMUNICATO STAMPA

Milano, 28 luglio 2022

## È in dirittura d'arrivo MIMEX, il progetto europeo di Micro-Market Experience pensato per diffondere l'esperienza di smart retail

*Riuniti a Trento, i partner del consorzio internazionale delineano in un workshop le strategie di commercializzazione percorribili.*

Milano, 28 luglio 2022 – Si terrà il **2 e 3 agosto**, presso la sede di Spindox Labs a Trento, il workshop di commercializzazione di **MIMEX**, il progetto che dal 1° dicembre 2020 vede operativo un consorzio internazionale coordinato dalla società di system integration.

Avviato nel dicembre 2020 nell'ambito del **programma UE Fast Track to Innovation (FTI)**, MIMEX è stato ideato per **evolvere il concept di retail shop, fornendo una soluzione completa e finanziariamente sostenibile per l'installazione di self check-out micro-market**. Nei 20 mesi di sviluppo dell'attività progettuale, il raggiungimento delle milestone è coinciso con le fasi di perfezionamento della Micro-Market Experience, documentate progressivamente dal portale istituzionale [www.mimex.shopping](http://www.mimex.shopping).

L'evento vedrà la partecipazione dei rappresentanti dei vari partner: l'operatore turco dell'e-commerce Hepsiburada, la Fondazione Bruno Kessler, la compagnia spagnola di R&D Metrica6 e il gruppo CEFLA, specializzato nel settore dell'engineering e shopfitting. Per Spindox Labs saranno presenti, con il CEO Mauro Marengo, il Managing Director Cristiano Carlevaro, il Market Director di Spindox, Giovanni Obino, e il Project Manager di MIMEX Mario Conci.

L'agenda dei lavori sarà coordinata da Hepsiburada e Spindox Labs, a partire dalla presentazione di **una Market Analysis che quantificherà l'entità effettiva del mercato per MIMEX**, alla luce anche del posizionamento dei competitor. L'analisi servirà a fornire supporto, attraverso la condivisione di appositi materiali di studio, nell'**elaborazione di un'adeguata strategia di penetrazione**. Farà seguito un confronto tra tutti i partner, volto a individuare le prime linee guida nella prospettiva di definire un piano commerciale.

**Paolo Costa, Chief Marketing and Communications Officer di Spindox**, dichiara: «L'obiettivo di ottimizzare la gestione a distanza dei punti vendita retail si è dimostrata all'altezza delle aspettative. A fronte dei risultati confortanti, il consorzio potrà dunque valutare sin da subito l'opportunità di aprire nuovi punti vendita pilota».

Lo scorso marzo è stata realizzata la soluzione grafica per le pareti del testbed, un ambiente che, **operante negli spazi della Fondazione Bruno Kessler dal maggio 2021**, ha ospitato anche potenziali stakeholder interessati a visionare il sistema. Avente per configurazione base quella di uno store, il testbed risulta articolato in: 1) check-in di accesso in cui identificarsi tramite App nel rispetto delle normative anti-Covid; 2) area self-service nella quale il cliente può in autonomia procedere con gli acquisti; 3) zona di check-out per il pagamento automatico tramite App.

Tra le tecnologie testate, in primis vi è stato il **sistema di monitoraggio, provvisto di componenti elettroniche poste sulla superficie degli scaffali per rilevare la disponibilità della merce in funzione delle operazioni di rifornimento**. E,



ancora, l'applicazione mobile per attivare feedback attraverso i quali personalizzare le customer experience e consentire il self check-out dei clienti.

Il procedere spedito delle attività ha interessato, parallelamente, le **due installazioni pilota previste dal progetto: la prima delle due, indoor, nel centro operativo di Hepsiburada a Istanbul; la seconda, outdoor, a Malaga, presso gli spazi del Technological Park of Andalusia**. In Turchia, la validazione delle soluzioni applicabili è stata resa possibile grazie a una primissima accessibilità al market di prova per i dipendenti del gruppo, in vista della cerimonia ufficiale di prossima apertura. In Spagna, in linea con le scadenze stabilite dal cronoprogramma, prosegue l'allestimento del secondo market che svilupperà ulteriormente le opzioni spendibili in contesti differenti.

Complessivamente, l'attività di testing ha privilegiato l'approfondimento delle tecniche di Deep Learning adoperate nell'ambito della Computer Vision per analizzare i movimenti dei clienti e monitorare il prelevamento dei prodotti, immagazzinando così doti considerevoli di informazioni elaborate con tecniche di Data Science.

---

### Riguardo Spindox

*Spindox opera nel mercato dei servizi e dei prodotti ICT posizionandosi come società che progetta, sviluppa e integra innovazione. Essa si colloca fra le prime 50 imprese del settore nel nostro Paese per volume d'affari (fonte: IDC / Data Manager, dati 2020) e una di quelle con il più alto tasso di crescita negli ultimi quattro anni (CAGR 2017-2021 pari al 21%). Il gruppo conta oltre 1.000 dipendenti (al 31 dicembre 2021) distribuiti in nove sedi italiane: Milano, Roma, Maranello, Torino, Firenze, Cagliari, Trento, Bari e Ivrea e quattro filiali estere in Spagna, Svizzera, Regno Unito e USA. La missione di Spindox è sostenere l'innovazione del business dei propri clienti, offrendo consulenza, servizi IT e di ingegneria di rete, integrando tecnologia, ricerca e intelligenza artificiale. [www.spindox.it](http://www.spindox.it)*

### Spindox S.p.A.

Paolo Costa - Investor Relator + 39 02 910 95101 paolo.costa@spindox.it -

### Media Relations

**Spriano Communication & Partners**

Via Santa Radegonda, 16 - 20121 Milano

Matteo Russo: Mob: +39 347 9834 881 mrusso@sprianocommunication.com

Fiorella Girardo: Mob: +39 348 8577766 fgirardo@sprianocommunication.com

### Euronext Growth Adviser (EGA)

**EnVent Capital Markets Ltd**

Londra, in Berkeley Square, 42, W1J54W,

E-mail: mdinardo@enventcapitalmarkets.uk

Spindox S.p.A.

Sede legale: Via Bisceglie 76, 20152 – Milano