



Comunicato stampa
Milano, 25 maggio 2018

BEYOND RETAIL CHALLENGE, GLI INNOVATORI ITALIANI DISEGNANO I MALL DEL FUTURO

Il 26 giugno a Shanghai la finale del contest internazionale di idee promosso da Immochan

Sono due le **realità nostrane in corsa per aggiudicarsi i 50mila euro di premio finale** messi in palio nella call "Beyond Retail Challenge" da Immochan, società immobiliare internazionale che gestisce 394 centri commerciali in 12 paesi. La sfida, rivolta agli innovatori italiani e internazionali, era di ripensare e andare oltre il concetto di commercio come lo conosciamo oggi.

Dall'Italia la risposta è stata positiva, con sette diversi realtà che hanno deciso di mettersi in gioco. Di queste, due hanno superato le prime selezioni, potendo così procedere con la fase di studio insieme ad un mentore di Immochan: si tratta di **Emoj e FindMyLost**.

EMOJ, spin off dell'Università Politecnica delle Marche, punta a far incontrare customer experience e tecnologie di Big Data Analytics e Intelligence per lo smart retail. "Per la call di Immochan abbiamo realizzato un 'lampione intelligente' pensato per la Food Court di Fanocenter ma con un design configurabile per adattarsi all'universo di Immochan – spiega Maura Mengoni, membro del team marchigiano – Questo strumento analizzerà i dati relativi all'esperienza del cliente all'interno del centro commerciale e disegnerà il suo percorso: cosa guarda, dove si ferma, cosa prova e cosa gli interessa mentre attraversa gli spazi commerciali".

FindMyLost, seconda start up tricolore pronta a dare battaglia nel contest, punta invece a dare una mano ai clienti che durante la propria giornata al centro commerciale avessero smarrito un oggetto. "I mall sono luoghi in cui la gente si rilassa, ma a volte può capitare anche che ci si distraiga – spiega Elena Bellacicca CEO e Founder di FindMyLost – Abbiamo dunque ideato un sistema composto da un App e un sito web che facilita il contatto tra l'azienda e il cliente che ha perso il proprio oggetto, permettendo a quest'ultimo di cercarsi ciò che ha perduto e potenzialmente riceverlo a casa senza stress e con pochi click".

"Beyond Retail Challenge" ha visto le **start up internazionali** impegnate per quasi due mesi: fino al 25 marzo sono state presentate le candidature, che dopo un'attenta analisi sono state ridotte a 30. Ognuna di loro è stata in seguito affiancata da alcuni mentori, con l'obiettivo di finalizzare un progetto il più aderente possibile alla "**Vision 2030**" di Immochan. Entro fine maggio, da 30 le start up scenderanno ulteriormente a 10, e di queste solo cinque, nel gran finale del 26 giugno a Shanghai, riceveranno da Immochan il finanziamento di 50mila euro ciascuno per sviluppare una "Proof of Concept" definitiva.

“Open Innovation” e “Vision 2030” sono le parole chiave alle spalle dell’iniziativa di Immochan, che attraverso la gara internazionale “Beyond Retail Challenge” punta a stimolare la trasformazione dei centri commerciali in luoghi di vita del domani, come luogo d’incontro fisico, ma anche di intelligenza artificiale.

La call di Immochan è stata lanciata in partnership con **Agorize**, piattaforma nata per collegare aziende e innovatori di tutto il mondo che conta una comunità di oltre 5 milioni di iscritti. Innovazione, dunque, ma anche connessione di persone e ambiente circostante, per fornire un’esperienza che vada oltre quello che abbiamo sempre conosciuto. È questa l’ambizione della “Vision 2030” di Immochan, che nel 2016, festeggiando 40 anni di vita, ha intrapreso la strada verso una visione aperta e condivisa con tutti i suoi stakeholder per co-costruire il proprio futuro.

SCHEDA DEI PROGETTI ITALIANI: EMOJ E FINDMYLOST

EMOJ

Il progetto nasce nel 2017, come spin-off universitario (Università Politecnica delle Marche), dopo un’attività di ricerca triennale che ha condotto allo sviluppo di una serie di tecnologie di Data Analytics e Intelligence non invasive integrabili in spazi fisici come gli store e all’interno di applicazioni web e mobile. EMOJ riesce ad analizzare i movimenti oculari e del corpo e le espressioni facciali per identificare le emozioni provate e i comportamenti manifestati durante l’esperienza in negozio o di fronte a contenuti pubblicitari ricevuti sullo smartphone. Utilizza i dati per proporre un’esperienza interattiva e personalizzata capace di creare una connessione emotiva ed empatica con il cliente. La proposta di EMOJ rispetta la normativa sulla privacy e sul trattamento dei dati pur analizzando immagini e video perché elabora e mappa i dati raccolti con i cluster di utenti, come per esempio i giovani dai 18 ai 25 anni, digitali e pensatori. www.emojlab.com

FINDMYLOST

Società fondata nel 2016, FindMyLost è il primo strumento digitale per la gestione del Lost Property per il mondo Business e Consumer. Per il mondo business, FindMyLost offre a diversi operatori, tra cui i centri commerciali ma anche Comuni, aeroporti, compagnie aeree, parchi divertimenti, hotel, car-sharing, università, compagnie di trasporti, la possibilità di implementare il proprio database digitale per gli oggetti rinvenuti, usufruendo dei servizi di Customer Care a valore aggiunto offerti da FindMyLost, che funge da aggregatore. Inoltre, la formula Consumer prevede che, tramite la community, chiunque ritrovi un oggetto possa entrare in contatto diretto con il legittimo proprietario, restituirglielo e potenzialmente ricevere una ricompensa. L’obiettivo è quello di migliorare la customer experience nel post vendita, nel caso di realtà del retail, e in generale apportare vantaggi operativi per risolvere una problematica che accomuna negozi, aeroporti, stazioni, ecc.

Per ulteriori informazioni visitare il sito www.findmylost.it.

Immochan:

Spinto dal desiderio di incarnare una nuova generazione di attori immobiliari, Immochan mette la sua storia, i suoi valori e il suo know-how al servizio degli abitanti e dei territori. Posizionandosi come attore globale dello sviluppo urbano, l’azienda aspira ad avvicinare le persone, a creare legami, ad animare le comunità creando spazi dinamici, intelligenti e sostenibili di vita multifunzionali. Per raggiungere questo obiettivo, l’azienda si affida a più di 40 anni di esperienza nel settore dell’immobiliare commerciale, gestendo l’intera catena di creazione del valore: dall’investimento alla gestione dinamica degli asset, compresa la progettazione, commercializzazione, gestione e animazione dei centri.

Dati chiave: 394 centri di commercio e di vita - 4,1 milioni di mq gestiti - presente in 12 paesi - 1000 collaboratori - 7 miliardi di euro di valore degli asset. www.immochan.com / @Immochan_Corp

Contatto Stampa Internazionale:

Agathe.Lebars@elanedelman.com - +33 01 86 21 51 09

Gallerie Commerciali Italia S.P.A. (GCI) è uno dei principali attori dell'industria immobiliare commerciale in Italia. Filiale italiana di Immochan (Auchan Holding), GCI opera attualmente in 48 centri commerciali con oltre 2.300 negozi, 600.000 mq di superficie affittabile (GLA) e oltre 185 milioni di visitatori all'anno. GCI vanta una consolidata esperienza nel campo del retail, toccando a 360 gradi tutti gli ambiti di questo mercato: progettazione, promozione, commercializzazione e gestione di centri commerciali e retail park sia di proprietà che per conto di terzi.

Contatto Stampa Italia: