



**VANILLA INNOVATIONS**

**IL FUTURO DEL RETAIL DEL  
FOOD & WINE NEI MONDI  
VIRTUALI E IL PROGETTO  
NATURALMENTE VERDE**



# PREMESSA

VALUE CREATION IN THE METAVERSE - MCKINSEY & COMPANY

“Il metaverso è ancora in fase di definizione, sia in senso letterale che figurato. Tuttavia, il suo potenziale di scatenare la prossima ondata di disruption digitale sembra sempre più chiaro, con benefici reali che stanno già emergendo per gli utenti e le aziende che lo adottano per primi.

Come abbiamo visto in occasione di precedenti cambiamenti tecnologici, come l'emergere di Internet seguito dai social media, dalla telefonia mobile e dal cloud, le nuove strategie possono diventare rapidamente un punto di riferimento. Il metaverso ha il potenziale per avere un impatto su tutto, dal coinvolgimento dei dipendenti all'esperienza del cliente, dalle vendite e dal marketing omnicanale all'innovazione di prodotto e alla creazione di comunità.

L'esame del suo effetto potenziale dovrebbe far parte delle discussioni strategiche, con i leader che accelerano l'analisi di come il metaverso potrebbe guidare un mondo molto diverso entro il prossimo decennio”.



# PREMESSA

“A SYSTEMATIC REVIEW OF VIRTUAL COMMERCE SOLUTIONS FOR THE METAVERSE”  
BY GHAZALA BILQUISE (HIGHER COLLEGES OF TECHNOLOGY)  
AND KHALED SHAALAN (BRITISH UNIVERSITY IN DUBAI)

“L'evoluzione dello shopping online si sta rapidamente trasformando con l'avvento di nuove tecnologie che si stanno rapidamente affermando tra i consumatori. In questo vasto panorama digitale, il v-commerce è emerso come forza dinamica e trasformativa, offrendo nuove opportunità e sfide sia per le aziende che per i consumatori. Il v-commerce sta diventando un elemento di spicco dell'e-commerce, sfruttando le tecnologie XR immersive insieme all'intelligenza artificiale per offrire esperienze di acquisto accattivanti e tridimensionali. Queste tecnologie digitali avanzate offrono esperienze altamente coinvolgenti e interattive, immergendo gli utenti in ambienti di acquisto unici.”



# INTRO

La rivoluzione digitale sta ridisegnando profondamente il panorama del retail, dove l'intreccio tra dimensione fisica e virtuale genera nuovi paradigmi di consumo. In questo scenario di cambiamento, il settore food & wine emerge come territorio ideale di sperimentazione, in cui l'heritage della tradizione enogastronomica si fonde con le più avanzate innovazioni tecnologiche per dare vita a esperienze d'acquisto coinvolgenti e personalizzate.

Al centro di questa evoluzione si colloca il metaverso, che, grazie alla sua capacità di abbattere le barriere geografiche, sta rivoluzionando radicalmente il rapporto tra consumatori, marchi e prodotti. Questa nuova dimensione digitale permette ai clienti di immergersi in supermercati virtuali dov'è possibile esaminare prodotti tridimensionali dettagliati, accedere istantaneamente a informazioni complete su origine, caratteristiche e modalità di utilizzo oltreché connettersi direttamente con produttori e brand internazionali, scoprendo e approfondendo le ricchezze delle diverse tradizioni gastronomiche mondiali.



# IMPATTO

L'impatto di questo nuovo approccio si riflette in proiezioni di mercato straordinariamente dinamiche; il settore è, infatti, destinato a più che raddoppiare il proprio valore, passando da 243,57 miliardi di dollari nel 2024 a un impressionante 541,44 miliardi entro il 2029, registrando un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 17,32%.

Come presumibile questi dati hanno spinto i grandi marchi a reinventare le proprie strategie di engagement ed il settore food & wine nei mondi virtuali ha registrato una crescita straordinaria tra il 2023 e l'inizio del 2024, con un incremento del 156% rispetto all'anno precedente e investimenti complessivi che hanno raggiunto gli 850 milioni di dollari. Questo trend è stato guidato da alcune iniziative particolarmente significative che hanno ridefinito l'interazione tra consumatori e brand alimentari nel metaverso.



## CASI

Carrefour ha fatto da pioniere con un investimento di 3 milioni di euro nella piattaforma The Sandbox, attirando oltre 700.000 visitatori unici nei primi sei mesi. Il supermercato virtuale non si è limitato alle vendite, ma ha creato un forte impatto educativo sulla sostenibilità alimentare, coinvolgendo 150.000 utenti in programmi formativi specifici. L'iniziativa ha portato a un incremento del 28% delle vendite online correlate, dimostrando una forte sinergia tra presenza virtuale e risultati commerciali reali.

Coca-Cola ha invece puntato sulla collezione digitale, vendendo 25.000 NFT che hanno generato un volume di scambi sul mercato secondario di 12 milioni di dollari. La strategia si è rivelata particolarmente efficace nel coinvolgimento della Generazione Z, con un aumento del 32% nella brand awareness per questa fascia demografica. Interessante notare come il 15% degli utenti del metaverso abbia poi acquistato edizioni limitate fisiche del prodotto.



# CASI

McDonald's ha portato il concetto di ristorazione virtuale a un nuovo livello, generando 1,2 milioni di ordini nei primi nove mesi attraverso il suo ristorante nel metaverso. Gli utenti non solo hanno ordinato di più, con un valore medio degli ordini superiore del 23% rispetto ai canali tradizionali, ma sono anche rimasti più fedeli, con un tasso di ritorno del 68%.



# SFIDE

Sebbene questi risultati possano essere considerati veri e propri successi, il percorso per arrivare a tali traguardi non è stato certo privo di sfide e rischi. Dai costi significativi di sviluppo e manutenzione delle piattaforme alle complessità tecnologiche e alle questioni legate alla privacy dei dati, ogni ostacolo ha richiesto soluzioni innovative. Tuttavia, le opportunità generate da questo processo sono state altrettanto straordinarie, aprendo la strada a esperienze cliente personalizzate, alla raccolta di dati comportamentali strategici e all'espansione del business oltre i limiti fisici. Ma il potenziale trasformativo del metaverso per il settore food & wine si estende ben oltre le attuali applicazioni; questa tecnologia sta infatti aprendo scenari rivoluzionari, ridefinendo completamente il concetto di customer experience.





# SFIDE

La nuova dimensione digitale non si limita infatti a replicare le interazioni tradizionali, ma dà vita a un ecosistema innovativo in cui il confine tra fisico e virtuale si dissolve, aprendo la strada a opportunità di engagement un tempo inimmaginabili. I brand dispongono ora di strumenti avanzati per raccontare storie, presentare prodotti e costruire comunità globali di appassionati. Questa trasformazione non riguarda solo il modo in cui i brand si raccontano, ma ridefinisce l'intero rapporto con i consumatori, creando nuove dinamiche e offrendo esperienze immersive come l'esplorazione di territori vinicoli virtuali o masterclass culinarie interattive con chef di fama mondiale. Per i marchi del settore enogastronomico, tutto ciò rappresenta una rivoluzione tecnologica che va oltre il marketing, offrendo un'opportunità strategica per ridefinire il proprio posizionamento, instaurare legami più profondi con i clienti e aprire nuovi canali di crescita in un panorama competitivo in costante evoluzione.





**VANILLA INNOVATIONS**

# NATVERDE

In questo scenario, Naturalmente Verde, e-commerce di prodotti vegani e cruelty-free, si appresta a segnare una pietra miliare nel retail alimentare con il lancio del primo supermercato virtuale 3D dedicato esclusivamente al mondo plant-based.

Questa piattaforma rappresenterà molto più di un semplice negozio online: si configurerà infatti come un vero e proprio ecosistema digitale dove i consumatori potranno navigare attraverso spazi tematici accuratamente progettati: dai reparti dedicati ai superfood a quelli specializzati in alternative plant-based ai latticini, fino alle zone riservate ai prodotti gluten-free. L'ambiente 3D permetterà un'interazione naturale e intuitiva con ogni prodotto: gli utenti potranno "afferrare" virtualmente gli articoli (anche senza visori per la realtà virtuale), ruotarli a 360 gradi per esaminarne il packaging, accedere istantaneamente a informazioni dettagliate sugli ingredienti, valori nutrizionali e processi produttivi.



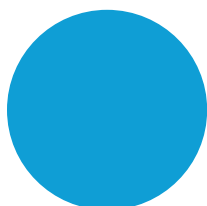
**VANILLA INNOVATIONS**

# NATVERDE

Ad arricchire ulteriormente l'esperienza d'acquisto, gli utenti saranno accompagnati da Smarty, un affabile robot volante che rivoluzionerà il concetto di personal shopper virtuale. Questo assistente digitale non si limiterà a guidare i clienti tra gli scaffali virtuali, ma fungerà da vero e proprio consulente culinario personalizzato. Grazie all'intelligenza artificiale, Smarty trasformerà ogni sessione di shopping in un'avventura gastronomica educativa, aiutando anche i neofiti del veganismo a scoprire nuovi sapori e possibilità culinarie.

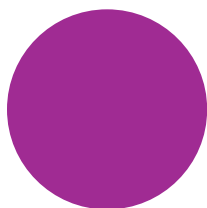


# OBIETTIVI



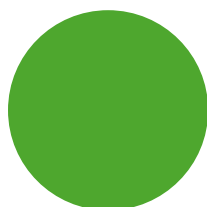
## **Promuovere la sostenibilità e l'educazione ambientale**

Creare uno spazio virtuale che sensibilizzi gli utenti sull'importanza della sostenibilità e delle pratiche ecologiche, fornendo informazioni interattive e risorse educative su temi come il riciclo, la biodiversità, e la gestione responsabile delle risorse naturali.



## **Promuovere la cultura vegana e il rispetto per gli animali**

Naturalmente Verde 3D potrebbe includere sezioni dedicate alla sensibilizzazione sulla cultura vegana e sul rispetto per gli animali, mostrando i benefici di uno stile di vita cruelty-free per la salute, l'ambiente e il benessere animale.



## **Creare un punto di aggregazione**

Naturalmente Verde 3D potrebbe diventare una piattaforma centrale dove i principali attori del settore green, cruelty-free e vegano possono incontrarsi e interagire.



**VANILLA INNOVATIONS**

# **BENEFICI**

## **PER I CONSUMATORI**

L'IMPLEMENTAZIONE DEL RETAIL 3D NEL SETTORE FOOD & WINE, E IL PROGETTO NATURALMENTE VERDE IN PARTICOLARE, STANNO RIDEFINENDO RADICALMENTE L'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE, OFFRENDO AI CONSUMATORI VANTAGGI RIVOLUZIONARI CHE SUPERANO AMPIAMENTE LE LIMITAZIONI DEGLI E-COMMERCE TRADIZIONALI, GARANTENDO UN'ESPERIENZA DI SHOPPING PROFONDAMENTE IMMERSIVA, DOVE I CONSUMATORI NON SI LIMITANO A SCORRERE PAGINE E PAGINE DI PRODOTTI, MA SI MUOVONO LIBERAMENTE IN UN AMBIENTI TRIDIMENSIONALI CHE REPLICANO FEDELMENTE L'ATMOSFERA E LA SPAZIALITÀ DI UN SUPERMERCATO FISICO, CON L'AGGIUNTA DI ELEMENTI INTERATTIVI IMPOSSIBILI DA RIPETERE NEL MONDO REALE.



# BENEFICI PER I CONSUMATORI

L'INTEGRAZIONE DI ASSISTENTI VIRTUALI ALIMENTATI DALL'IA, COME SMARTY, STA SOVVERTENDO IL MODO IN CUI I CONSUMATORI INTERAGISCONO CON LE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI NEL METAVERSO. QUESTI AVATAR INTELLIGENTI VANNO BEN OLTRE IL RUOLO DI SEMPLICI NPC (NON-PLAYABLE CHARACTER), FUNGENDO DA CONSULENTI PERSONALI CHE ACCOMPAGNANO L'UTENTE IN UN VIAGGIO DI SCOPERTA SU MISURA. LA LORO CAPACITÀ DI ELABORARE E PRESENTARE INFORMAZIONI IN MODO DINAMICO HA TRASFORMATO LA TRADIZIONALE CONSULTAZIONE DELLE SCHEDE PRODOTTO IN UN'ESPERIENZA DI APPRENDIMENTO INTERATTIVA E PERSONALIZZATA. GLI ASSISTENTI VIRTUALI POSSONO ISTANTANEAMENTE ACCEDERE E PRESENTARE UN AMPIO SPETTRO DI INFORMAZIONI: DALLA COMPOSIZIONE DETTAGLIATA DEGLI INGREDIENTI ALLE AVVERTENZE SUGLI ALLERGENI, DALLE PROPRIETÀ NUTRIZIONALI ALLE CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ.



**VANILLA INNOVATIONS**

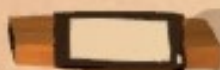
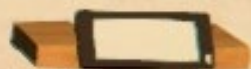
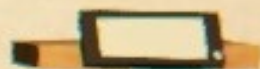
# **BENEFICI**

## **PER I CONSUMATORI**

ANALIZZANDO INOLTRE LE PREFERENZE DELL'UTENTE, LE RESTRIZIONI DIETETICHE E LA STORIA DEGLI ACQUISTI, L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE DEGLI ASSISTENTI ALL'ACQUISTO COME SMARTY PUO' SUGGERIRE RICETTE SU MISURA, PROPORRE ABBINAMENTI INNOVATIVI E OFFRIRE CONSIGLI CREATIVI PER L'UTILIZZO DEI PRODOTTI. UN APPASSIONATO DI CUCINA VEGANA POTREBBE RICEVERE SUGGERIMENTI PER SOSTITUIRE INGREDIENTI IN RICETTE TRADIZIONALI, MENTRE UN PRINCIPIANTE POTREBBE OTTENERE GUIDE PASSO-PASSO PER TECNICHE DI BASE.



# he:ra



Hold [T] to talk or press [Enter] to type he



# OPPORTUNITA'

## PER I PRODUTTORI

SPAZI VIRTUALI E INTERATTIVI, COME NATURALMENTE VERDE, SI CONFIGURANO COME UNA VETRINA RIVOLUZIONARIA PER I PRODUTTORI DEL SETTORE FOOD & WINE, OFFRENDO POSSIBILITÀ DI PRESENTAZIONE E STORYTELLING SENZA PRECEDENTI. GLI AMBIENTI TRIDIMENSIONALI CONSENTONO DI ESALTARE OGNI PRODOTTO ATTRAVERSO VISUALIZZAZIONI DETTAGLIATE E INTERATTIVE, PERMETTENDO AI BRAND DI COSTRUIRE NARRAZIONI COINVOLGENTI CHE SPAZIANO DALLA STORIA DEL TERRITORIO ALLA FILOSOFIA AZIENDALE, DAI PROCESSI PRODUTTIVI ALL'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ PERMETTENDO DI SUPERARE I LIMITI DEGLI E-COMMERCE TRADIZIONALI.

I PRODUTTORI AVRANNO POI L'OPPORTUNITÀ DI ESSERE PROTAGONISTI DI WORKSHOP INTERATTIVI, SHOW COOKING VIRTUALI, DEGUSTAZIONI GUIDATE E MASTERCLASS CON ESPERTI DEL SETTORE.

QUESTE ATTIVITÀ NON SOLO ARRICCHIRANNO L'ESPERIENZA DEL CLIENTE MA CREERANNO ANCHE NUOVE OPPORTUNITÀ DI ENGAGEMENT PER I BRAND.



**VANILLA INNOVATIONS**

# OPPORTUNITA'

## PER I PRODUTTORI

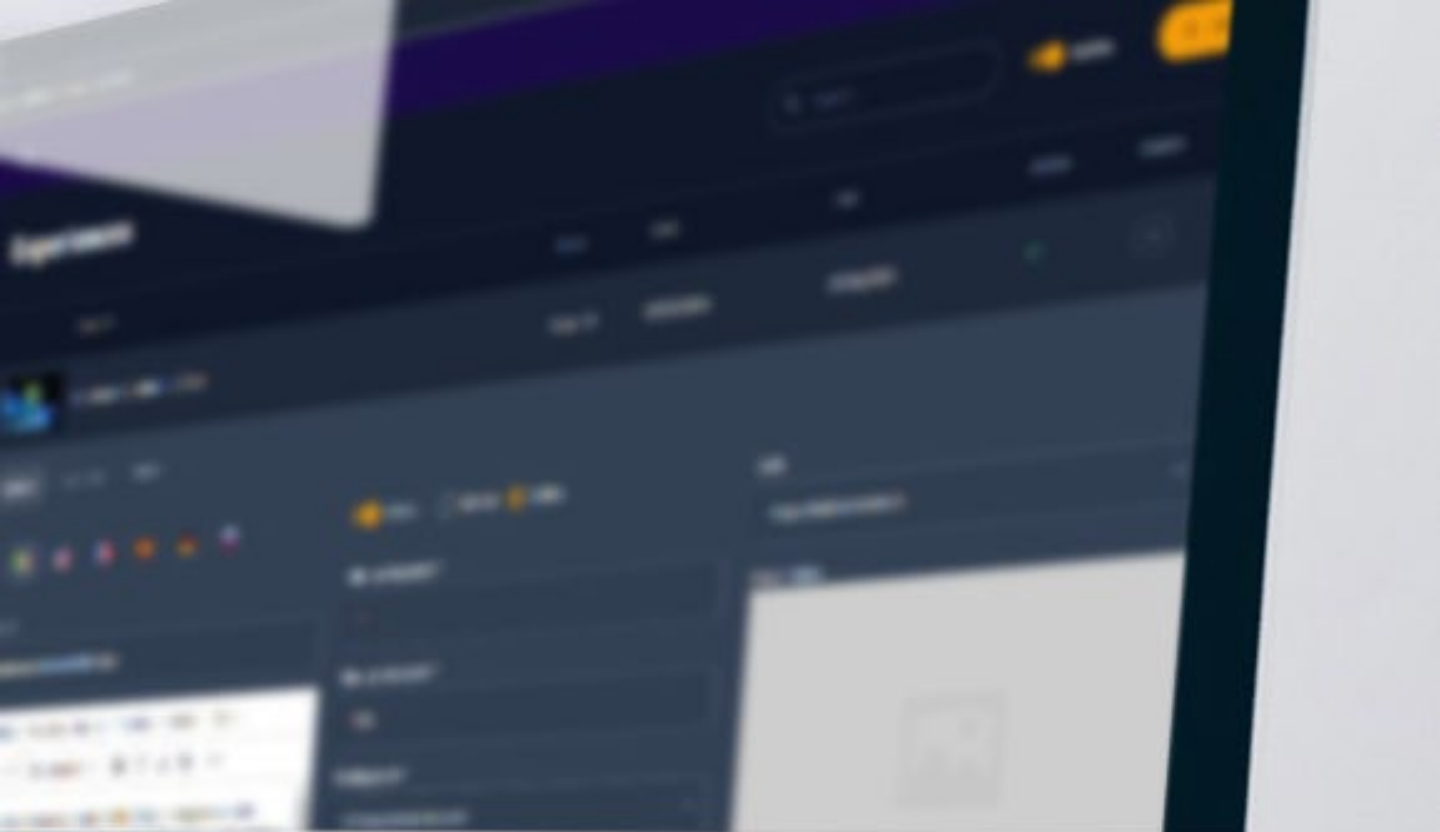
L'ACCESSO AD UNO STRUMENTO DI ANALISI DEI DATI DI UTILIZZO DEGLI SPAZI TRIDIMENSIONALI, ANALISI PREDITTIVE E SUGGERIMENTI CONTESTUALIZZATI, LA TECNOLOGIA SUPPORTERÀ DECISIONI D'ACQUISTO PIÙ CONSAPEVOLI, ALLINEANDO LE PREFERENZE PERSONALI CON OBIETTIVI PIÙ AMPI DI SOSTENIBILITÀ E BENESSERE. QUESTA EVOLUZIONE DEL RETAIL NON RAPPRESENTA SOLO UN'INNOVAZIONE TECNOLOGICA, MA UNA VERA E PROPRIA RIVOLUZIONE NEL MODO IN CUI CONCEPIAMO L'ESPERIENZA DI SHOPPING, APRENDO NUOVE POSSIBILITÀ PER LA CREAZIONE DI VALORE SIA PER I CONSUMATORI CHE PER I BRAND.



# BACKEND

I vantaggi offerti dalla suite alle spalle di Naturalmente Verde sono evidenti in ogni ambito della gestione della propria presenza in uno spazio virtuale:


- Grazie all'analisi dei dati, Enoverse può offrire esperienze altamente personalizzate, rispondendo in modo preciso alle esigenze e ai desideri degli utenti.
- L'integrazione di tutte le funzionalità in un unico strumento consente una gestione più efficiente del metaverso e dei suoi contenuti, riducendo i tempi di risposta e migliorando la qualità del servizio.
- La raccolta continua di dati e feedback permette a Enoverse di migliorare costantemente le sue offerte, garantendo un'innovazione continua e un adattamento rapido alle nuove tendenze del mercato.
- La visualizzazione dei dati tramite diagrammi, grafici e mappe offre un alto livello di trasparenza e facilita il controllo delle performance, aiutando i gestori a prendere decisioni informate e strategiche.



2024

# Experiences

Search...

Name	Price	Start	End	Active
 Metaverse Sustainability Days	Free	09/25/2024	09/26/2024	<input checked="" type="checkbox"/>

General | Calendar | Tickets

Active  Draft  On Hold

**Name \***  
Metaverse Sustainability Days

**Min. participants \***  
1

**Max. participants \***  
1000

**Closing rules \***  
24 hours before the event

**Products**

**Link**  
<https://bit.ly/xxxxxx>

**Select video**


**Modify** | **Visualize** | **Viewed** | **Report** | **Bookmark** | **Details**

**Rich text editor:**  Bold  Italic  Underline  Link  Unlink  List  Indent  Undo  Redo

**Description:**  
L'evento "Metaverse Sustainability Days" si propone di unire innovazione tecnologica e impegno per il pianeta in un'esperienza virtuale unica nel suo genere. Attraverso il metaverso, un ambiente digitale immersivo, vogliamo promuovere la consapevolezza sulla sostenibilità e sensibilizzare sulle pratiche alimentari vegane, contribuendo così a costruire un futuro più verde e compassionevole.

**Objectives:**  
Sensibilizzare il pubblico sull'importanza della sostenibilità ambientale e del pensiero vegano.  
Offrire un'esperienza immersiva nel metaverso che stimoli la

**Upload a cover**



E business suite © 2024 another good idea by theello knowledge, itc.



# CONCLUSIONI

Il futuro del retail food & wine nei mondi virtuali, come dimostra il progetto di Naturalmente Verde, è destinato a ridefinire le regole del gioco, offrendo esperienze di acquisto immersive, interattive e profondamente personalizzate. L'integrazione di tecnologie all'avanguardia, come il 3D e l'intelligenza artificiale, non solo arricchisce il percorso del consumatore, ma crea anche nuove opportunità di engagement per i produttori e i brand del settore, che possono raccontare le proprie storie e valorizzare i propri prodotti in modi inediti.

Questa rivoluzione digitale non si limita a migliorare i processi esistenti, ma rappresenta un cambio di paradigma, dove la sinergia tra tradizione enogastronomica e innovazione tecnologica dà vita a un ecosistema che supera i confini fisici e geografici.



# CONCLUSIONI

Naturalmente Verde, con il suo supermercato virtuale 3D dedicato al plant-based, si pone come un esempio di come il retail del futuro possa coniugare sostenibilità, esperienza utente e crescita economica, offrendo una visione concreta e promettente delle possibilità che il metaverso può portare al settore food & wine.

In un mercato in rapida evoluzione, iniziative come questa non sono solo una risposta alle nuove esigenze dei consumatori, ma un'opportunità strategica per costruire un futuro in cui innovazione e valore vadano di pari passo.

VANILLA INNOVATIONS, INC.

US HEADQUARTERS

323 Sunny Isles BLVD – Sunny Isles

Beach – FL 33160 – US

IT HEADQUARTERS

Viale Papa Giovanni XXIII° 106

Bergamo – BG 24121 – IT

CONTACT

+39 (035) 19833187

[marketing@vanillainnovations.com](mailto:marketing@vanillainnovations.com)

