



ANCONA MOLE Auditorium 18 giugno 2019

SCHEMA GIURIA

Università - corso di laurea - insegnamento - docente *University - degree - subject - teacher*

Università di Camerino
 Corso di Laurea Magistrale in Design Computazionale
 Laboratorio di Design Multimediale
 Proff. Daniele Rossi, Federico O. Oppedisano

Nome progetto *Project name*

Food4K

Squadra *Team*

Team n. 1

1. Lorenzo Bozzi
2. Benedetta Cinti
3. Emanuele Carpineti
4. Sofia Tedeschi

Team n. 2

1. Raffaele Pierucci
2. Giusi Raffaele
3. Eleonora Vallese
4. Tanya Valori

Idea *Idea*

Prima di procedere con la fase di brainstorming, è stato individuato il target di riferimento sul quale è stata tarata la *Empaty Map*. La scelta è ricaduta sulla Generazione Z o Centennials. Un aspetto importante...Un aspetto importante di questa generazione è il suo diffuso utilizzo di Internet sin dalla nascita. I membri della GenZ sono considerati come avvezzi all'uso della tecnologia e dei social media, che incidono per una parte significativa nel loro processo di socializzazione. Successivamente il team ha caratterizzato due personas, entrambe di 19 anni, che hanno interessi tipici simili, ma che provengono da aree geografiche differenti.

All'interno di questo quadro di riferimento sono state sviluppate due idee imprenditoriali finalizzate a coinvolgere le nostre personas mediante l'utilizzo di tecnologie di Realtà Aumentata e Realtà Virtuale. In particolare:

1. Un'applicazione rivolta a persone che fanno attenzione alle etichette, che amano ciò che è BIO e interessate all'ecosostenibilità. L'idea ha l'obiettivo di sensibilizzare l'utente al valore dei prodotti tipici, al loro impatto sull'ambiente e ai processi produttivi a cui sono sottoposti. L'app consiste in un "tour" sul cibo, simulando una caccia al tesoro in AR (realtà aumentata). Lo scopo ultimo è di trovare più tipicità possibili in modo tale da accumulare punti da spendere in sconti e corsi di cucina presso realtà culinarie ed enogastronomiche della regione Marche.
2. Uno stand che permette un'esperienza immersiva con l'obiettivo di far scoprire prodotti tipici della regione Marche attraverso una nuova soluzione multimediale. Prima di accedere nella stanza buia dello stand si può selezionare la tipologia di cibo a cui si è interessati. Una volta al



ANCONA MOLE Auditorium 18 giugno 2019

2

suo interno si può conoscere tutto riguardo gli alimenti scelti attraverso i sensi di olfatto, vista, udito e tatto. Questo è possibile con l'utilizzo di proiettori, diffusori di profumo, speakers ed elementi tattili. Infine, viene indicato all'utente dove dirigersi all'interno della fiera per trovare lo stand dove gustare quel prodotto e conoscere l'azienda produttrice.

Problema e soluzione *Problem and solution*

La GenZ non ha piena conoscenza del nostro patrimonio enogastronomico e per tale motivo le due personas andrebbero motivate attraverso ambiti in cui si trovano maggiormente a loro agio (web, social, app, chat...). Per questo motivo vogliamo fornirgli strumenti per "vedere meglio" vedere ad "alta risoluzione" ciò che è vicino a loro. Vedere in 4k! Per questo motivo abbiamo chiamato la piattaforma "Food4K", dove la K indica il termine "Knowledge" (ossia "Conoscenza"), ma evoca anche la sigla che contraddistingue lo standard per la risoluzione dei video digitali.

Obiettivi *Objectives*

L'obiettivo di entrambe le soluzioni è di sensibilizzare l'utente al valore dei prodotti, al loro impatto sull'ambiente e ai processi produttivi a cui sono sottoposti e per far scoprire i prodotti tipici delle Marche ai giovani attraverso nuove esperienze multimediali.

Impatto *Impact*

Migliorare la consapevolezza da parte dei giovani del patrimonio enogastronomico, da loro poco conosciuto, della regione Marche.

Sviluppi futuri *Future Plans*

Implementazione di un'applicazione e di un'esperienza immersiva che valorizzi l'identità territoriale non solo della regione Marche, ma che possa essere esteso a livello nazionale.