



Maurizio De Pasquale
www.orlandipasticceria.com



Oggi come ti senti?

ONLINE
O
OFFLINE

È sempre più complesso distinguere la vita “vissuta”, quotidiana “reale” da quella digitale. Il flusso di informazioni che ogni giorno riceviamo dai social media ci avvolge sempre di

più, trasportandoci in una dimensione difficile da definire. La realtà virtuale, quella che si definisce “allargata” è sempre più presente nella nostra quotidianità. Pensiamo che grossi

colossi sono proiettati nel mondo del Metaverso, capaci di amplificare le capacità della mente. Avete capito bene, dobbiamo utilizzare le nostre capacità cognitive in modo diverso rispetto al passato

e tutto ciò, inevitabilmente, ha un'influenza sulla percezione del mondo che ci circonda e sul nostro modo di interagire. La tecnologia della realtà aumentata è uno strumento unico che potenzia il mercato della ristorazione e dei servizi correlati. La realtà aumentata viene applicata dalla razionalizzazione della formazione del personale, alla visualizzazione di piatti e menù, al miglioramento dell'esperienza del cliente.

Una famosa catena di hamburger della costa orientale ha introdotto menù che sfruttano questo mondo amplificato che offre al proprio cliente la possibilità di visionare piatti iperrealistici prima ancora di ordinarli.

La famosa catena Domino's Pizza consente di personalizzare la propria pizza prima della consegna e visualizzarla sul tavolo.

NexTech AR (società leader nel metaverso) consente ai clienti, tramite un software 3D, di conoscere come i loro frutti di mare arrivano dal mare ai loro piatti offrendo un tour virtuale della barca che mostra come i pescatori

LA TECNOLOGIA DELLA REALTÀ AUMENTATA È UNO STRUMENTO UNICO CHE POTENZIA IL MERCATO DELLA RISTORAZIONE E DEI SERVIZI CORRELATI

ottengono aragoste appena pescate. Per Halloween, Chipotle ha creato un ristorante virtuale all'interno della piattaforma di gioco online Roblox per regalare 1 milione di dollari in burritos gratuiti. I fan e i giocatori possono entrare nel ristorante, provare un Chipotle a tema Halloween e ottenere un codice promozionale per un burrito gratuito nel mondo reale. Questa è un'anteprima di ciò che possiamo aspettarci di vedere negli anni a venire.



La prossima generazione di commensali ordinerà il proprio cibo e scoprirà dove andranno per la loro prossima serata fuori da mondi virtuali e aumentati creati da artisti del calibro di Epic, Roblox e Facebook.

Ecco sette modi in cui i ristoranti cambieranno nel metaverso:

MARKETPLACE

Le app non saranno più il canale di ordinazione principale una volta che le persone inizieranno a partecipare al metaverso. Aziende come Doordash, UberEats e GrubHub dovranno ripensare la loro strategia.

MARKETING

I marchi inizieranno a integrare il cibo nelle esperienze virtuali. I ristoranti potranno ricreare il loro spazio fisico nel metaverso e invitare ospiti da tutto il mondo. Il metaverso creerà nuove opportunità per testare promozioni e programmi fedeltà.



PRENOTAZIONI

L'interfaccia per la prenotazione di un tavolo cambierà completamente.

I commensali faranno un rapido tour virtuale prima di prenotare il tavolo che desiderano.

Il prezzo sarà dinamico per i tavoli migliori.

DELIVERY

Le ghost kitchen saranno gli elementi costitutivi dell'ordinamento di gruppo nel metaverso. Potrai condividere un pasto con i tuoi amici anche se ti trovi dall'altra parte del mondo.

CODICI QR

I codici QR saranno più che semplici menù. Saranno il punto di accesso alla realtà aumentata.

Gli amici del metaverso che non possono uscire la sera potranno unirsi al divertimento e inviare alla tua festa una bottiglia di champagne per festeggiare.

PAGAMENTI

Il metaverso avrà alcune criptovalute principali diverse che saliranno al top nei prossimi 5 anni.

La valuta accettata da un ristorante farà parte della sua identità e dei suoi sforzi di marketing.

ISCRIZIONE

Le esperienze di ospitalità riservate ai membri, come la SOHO House, estenderanno la loro casa nel regno digitale.

I membri avranno accesso a mondi digitali esclusivi se possiedono il diritto NFT (token non fungibile) per entrare dalla porta principale. Questi NFT saranno scambiati su mercati aperti come chiavi per diversi club.

DOBBIAMO
UTILIZZARE LE
NOSTRE **CAPACITÀ**
COGNITIVE IN MODO
DIVERSO RISPETTO
AL **PASSATO** E
TUTTO **CIÒ** HA
UN' **INFLUENZA**
SULLA **PERCEZIONE**
DEL **MONDO** CHE
CI **CIRCONDA** E SUL
NOSTRO **MODO** DI
INTERAGIRE

Sebbene il metaverso offra molti vantaggi alle aziende di molti settori, ci sono ancora alcune sfide che devono essere superate:

REPUTAZIONE E IDENTITÀ

La questione dell'identificazione personale è ormai consolidata nel mondo reale. Ma quando si parla di ambienti virtuali, o del Metaverso, la domanda sorge spontanea: quali sono realmente gli elementi che compongono la propria identità? E, soprattutto, come dimostrare che sei chi sei, invece di un'altra persona o addirittura di un bot che cerca di imitare la tua esistenza?

SICUREZZA DEI DATI

Anche se le aziende e le organizzazioni continuano a rivoluzionare i propri sistemi di sicurezza IT, privacy e protezione dei dati sono state una preoccupazione di lunga data per gli utenti di qualsiasi ambiente online. L'immersione nel



Metaverso richiederà l'evoluzione dei metodi di attraversamento della sicurezza a un livello completamente nuovo, alla pari con lo spazio in continua espansione del Metaverso.

VALUTA E SISTEMI DI PAGAMENTO

Indipendentemente dalla valuta e dal formato del mercato, quando si tratta di transazioni, sarà particolarmente essenziale sviluppare un nuovo sistema di verifica delle transazioni. La sfida consisterà nel convincere gli utenti su cui possono fare affidamento e, cosa più importante, sentirsi al sicuro mentre si impegnano in qualsiasi operazione all'interno del metaverso.

Sebbene queste siano tutte questioni urgenti, come in tutte le cose le aziende del metaverso troveranno una soluzione a questi problemi man mano che la tecnologia matura e si sviluppa.

