

ARTICOLO PRONTO · VERSIONE LUNGA (~1000 PAROLE) · BUSINESS/INNOVAZIONE

UOVVO punta a diventare il riferimento globale per il food italiano. Motore di scoperta gastronomica, AI narrativa, pubblicazione libera per i produttori

Sommario: Nuovo progetto food in arrivo nella estate 2026. Propone un'esperienza di ricerca visiva su logica social, intelligenza artificiale integrata e un modello economico che lascia libera la pubblicazione e rende opzionale la vendita. Obiettivo dichiarato, posizionarsi come riferimento in Italia e a livello internazionale per chi cerca prodotti italiani direttamente da chi li realizza.

Ambizione globale per un progetto italiano. UOVVO, nuovo motore di scoperta gastronomica il cui lancio ufficiale è previsto per la estate del 2026, si propone come riferimento in Italia e per il pubblico internazionale per scoprire e acquistare prodotti italiani direttamente da chi li produce. UOVVO è un progetto di Christian Bagutti, imprenditore con background editoriale e fondatore del magazine Case Style RE. Il progetto affronta due temi tipicamente trattati come compromessi inevitabili nei marketplace digitali. L'esperienza utente e il rapporto economico con i produttori.

Un motore verticale con logica social

L'esperienza di UOVVO parte da una domanda semplice. Perché cercare cibo online dovrebbe significare leggere una lista di link. La risposta del progetto è un'interfaccia costruita sul modello dello scroll visivo dei social. L'utente digita una frase, dal più specifico pecorino stagionato in grotta al più vago oggi ho voglia di un pasto leggero, e riceve in risposta un flusso continuo di prodotti, ricette, produttori e territori esplorabile scorrendo le card sullo schermo.

L'intento è duplice. Trasformare la ricerca in un'esperienza di scoperta in cui l'utente esce avendo incontrato qualcosa che non stava cercando. E restituire visibilità a produttori che i motori di ricerca generalisti lasciano in ombra, aziende italiane con prodotti di qualità ma senza le risorse SEO per emergere sulle prime pagine di Google.

L'intelligenza artificiale è elemento strutturale dell'esperienza, non decorativo. Ogni ricerca è accompagnata da contenuti informativi generati dall'AI, che non si limita a mostrare risultati ma li spiega. Storia del piatto, origine delle materie prime, abbinamenti consigliati, valori nutrizionali. L'AI riconosce inoltre la lingua del visitatore e adatta i contenuti, abilitando l'accesso al pubblico

internazionale. Un tassello importante in una strategia che vede nell'estero non un mercato futuro ma un target fin dal giorno uno.

Modello economico: pubblicazione libera, vendita opzionale

Il secondo elemento distintivo di UOVVO è il suo rapporto con i produttori. La pubblicazione dei prodotti è libera e priva di costi di iscrizione. Ogni produttore sceglie come essere presente: può tenere la propria pagina come vetrina, per farsi scoprire, oppure attivare la vendita diretta su UOVVO, a fronte di una piccola commissione sul venduto. In entrambi i casi gestisce tutto da una dashboard operativa con un clic, con strumenti di marketing facoltativi.

Il modello economico si regge anche su servizi accessori in modalità freemium, fotografia prodotti professionale, posizionamento premium, strumenti di promozione dedicati. La commissione, riservata a chi sceglie la vendita diretta, resta nettamente al di sotto degli standard dei marketplace food italiani ed esteri, che trattengono tipicamente tra il dieci e il venticinque per cento sul valore delle transazioni. Una scelta che mantiene il valore dalla parte di chi produce.

TASSAGGIO, un canale nativo per Telegram e WhatsApp

Accanto al sito opera TASSAGGIO, servizio offerto da UOVVO sui suoi canali Telegram e WhatsApp e raggiungibile direttamente dalla home page. I produttori offrono i propri prodotti a prezzi d'assaggio riservati agli iscritti al canale, in offerte limitate nel tempo e nelle quantità annunciate tramite notifiche. Per chi produce è un modo per conquistare nuovi clienti attraverso l'assaggio. Per chi acquista è scoperta, come in fiera.

Il meccanismo di TASSAGGIO risponde a una logica di marketing esperienziale. Il produttore non fa sconto per liberare magazzino ma invita gli utenti all'assaggio della propria qualità, trasformando l'offerta in strumento di relazione.

Non è solo uno sconto. È un invito.

Il contesto di mercato

UOVVO si inserisce in un settore in espansione ma in fase di ridefinizione. Il comparto Food & Grocery dell'e-commerce italiano vale 4,9 miliardi di euro, in crescita del 7 per cento sull'anno precedente, trainato da prodotti locali, biologici e di qualità (Osservatorio eCommerce B2C, Netcomm e Politecnico di Milano).

La fase attuale e il lancio

UOVVO è accessibile all'indirizzo www.uovvo.com. La registrazione dei produttori e degli utenti è aperta. Il lancio ufficiale è previsto per la estate del 2026. In questa fase è possibile navigare in versione demo con funzionalità limitate rispetto a quanto sarà disponibile all'apertura pubblica.

Il founder

Christian Bagutti arriva a UOVVO dopo aver fondato e diretto il magazine Case Style RE. L'esperienza editoriale costituisce uno dei riferimenti metodologici del progetto. Su UOVVO il contenuto non è complemento della transazione ma il suo punto di partenza. Una visione coerente con una fase di mercato in cui l'utente, saturo di esperienze puramente transazionali, cerca sempre di più luoghi che raccontino prima di vendere.

CONTATTI STAMPA

press@uovvo.com · www.uovvo.com · [linkedin.com/company/uovvo](https://www.linkedin.com/company/uovvo)