

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, zero commissioni per i produttori

Sommario: Nuovo progetto food in arrivo nella primavera 2026. Propone un'esperienza di ricerca visiva su logica social, intelligenza artificiale integrata e un modello economico che elimina le commissioni sulla 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 primavera 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: zero commissioni sulla vendita

Il secondo elemento distintivo di UOVVO è il suo rapporto con i produttori. UOVVO non trattiene commissioni sulle vendite e non applica costi di iscrizione. Ogni produttore pubblica i propri prodotti gratuitamente, accede a una dashboard di gestione pensata per essere operativa con un clic, e ha a disposizione in forma facoltativa strumenti di marketing attivabili quando lo ritiene utile.

Il modello economico si regge su servizi accessori in modalità freemium: fotografia prodotti professionale, posizionamento premium, strumenti di promozione dedicati. Servizi che il produttore sceglie se acquistare, senza che la sua permanenza o la sua visibilità di base ne dipendano.

La scelta è consapevolmente in controtendenza rispetto al modello dominante dei marketplace food italiani ed esteri, che applicano commissioni tipicamente tra il dieci e il venticinque per cento sul valore delle transazioni. La convinzione del founder è che un progetto pensato per restituire valore ai produttori non possa guadagnare sulla loro vendita, ma debba vivere fornendo strumenti per venderli meglio. Una scelta che sposta il valore dalla vendita al supporto.

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. L'e-commerce alimentare italiano ha superato i tre miliardi di euro di valore, con crescita costante trainata 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 primavera 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.