

coop

E X P E R I E N C E

**UN PLAYGROUND IMMERSIVO  
PER SUPERFICI DI VENDITA**

**oo**



## Coop Experience

L'idea è creare dei corner Coop presso gallerie commerciali Italiane dove sono presenti insegne Coop per trasmetterne agli utenti i valori aziendali o quelli dei suoi brand. La finalità è far sì che ogni visitatore possa acquisire questa conoscenza vivendo all'interno del corner un'esperienza caratterizzata da un coinvolgimento dei sensi. Questo, attraverso un percorso narrativo ed una tecnologia di tipo "immersivo". Da qui la denominazione Coop Experience.

Le modalità di partecipazione sono "smart" ed "easy": basterà avere uno smartphone. La tecnologia sarà una "mixed reality" estremamente innovativa: tutta made in Italy, permetterà agli utenti di essere fruita tramite il proprio smartphone, con un unico software per tutti i corner. 1 x tutti e non 1 x 50, vale a dire un abbattimento di costi.



## **Coop Experience**

**è un ambiente immersivo interattivo che propone un'esperienza ludica in realtà aumentata in un percorso emozionale costituito anche da pareti lenticolari.**

**Come funziona la stampa lenticolare:**

**gli effetti lenticolari si ottengono grazie alle capacità di rifrazione e riflessione della luce di uno speciale supporto che presenta una superficie liscia da un lato ed una zigrinata sull'altro.**

**Prese due o più immagini queste vengono fuse e stampate sul supporto. Quindi si ottiene un effetto animato con un movimento di immagini in orizzontale, in profondità, morphing e altro.**

## **Mixed reality**

### **Panorama:**

Hololens è una tecnologia mixed reality, in quanto fonde elementi 3d virtuali con la visione umana

<https://www.youtube.com/watch?v=2MqGrF6JaOM>

Hololens è molto costoso, ma oggi è possibile sviluppare soluzioni simili con un visore low cost, magimask <https://www.youtube.com/watch?v=AYkJrSE9o0Y>

In sostanza si tratta di un visore che utilizza un normale smartphone con applicazioni AR che riconosce l'ambiente e i gesti dell'utente.

### **La nostra applicazione:**

Le stesse funzionalità possono essere abilitate su tablet e smartphone, "aumentando" un ambiente reale.

<https://www.youtube.com/watch?v=kRowAw4kJeQ>

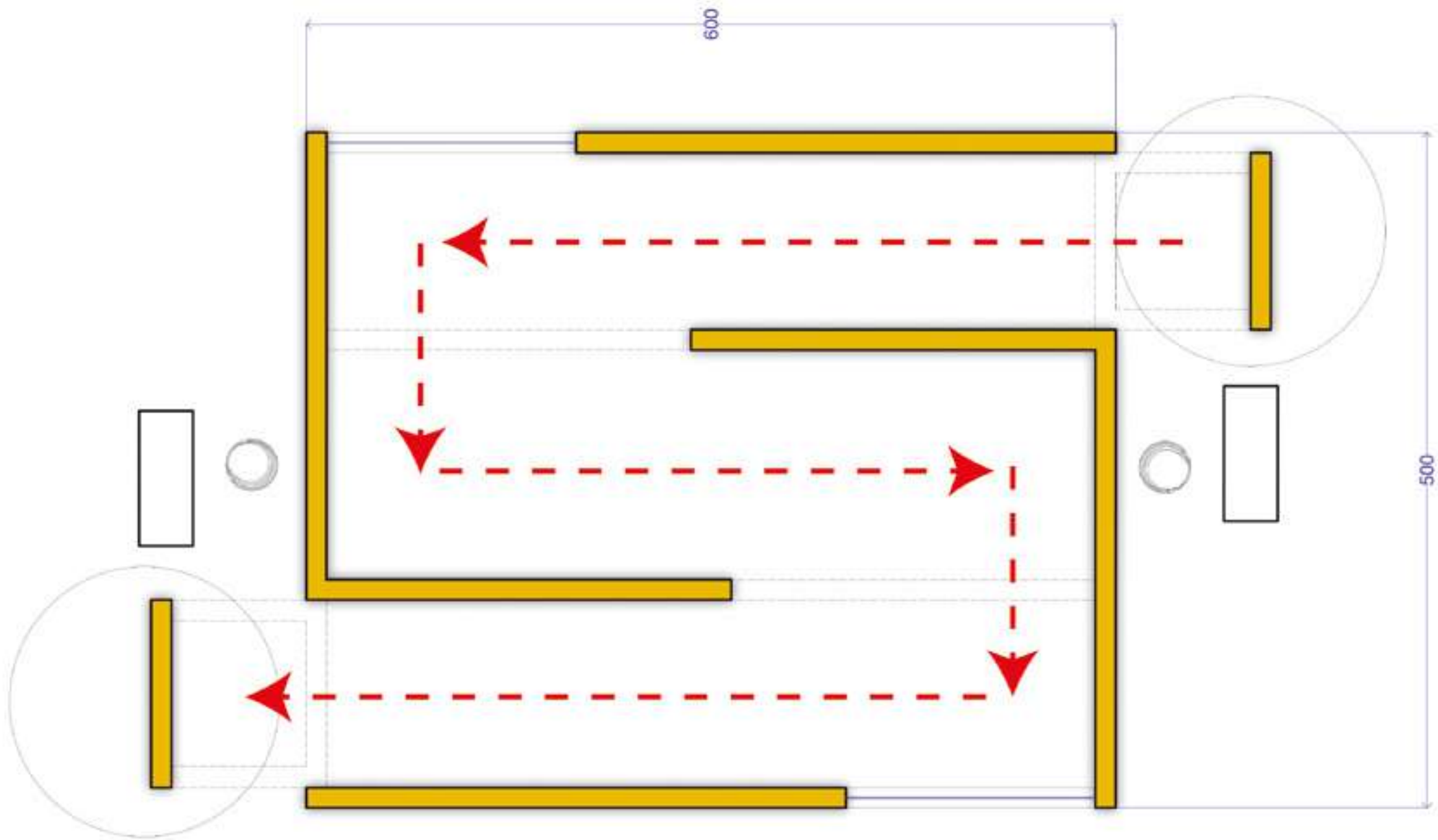
Questo ci permetterà di dinamizzare e "tridimensionalizzare" le immagini e arricchire l'ambiente di elementi 3d animati, multimediali e interattivi.



ENTRA

**Entrata con collegamento smartphone dell'utente alla rete web**

All'ingresso l'utente sarà invitato a collegare il suo smartphone al sito webAR di COOP EXPERIENCE.









COOPEXPERIENCE

coop

coop

ENTRA  
E SCOPRI  
LA COOP



**ZERO MICROPLASTICHE  
AGGIUNTE NEI COSMETICI,  
DENTIFRICI E DETERGENTI  
A MARCHIO COOP.**  
DIAMO ALL'AMBIENTE  
UNA NUOVA IMPRONTA.



LA COOP nel PI

**LE CAPSULE DI CAFFÈ  
FIOR FIORE SONO COMPOSTABILI**  
DIAMO ALL'AMBIENTE  
UNA NUOVA IMPRONTA.



LA COOP nel PI

**coop**

**CIAO**







**DIAMO ALL'AMBIENTE  
UNA NUOVA IMPRONTA.**

RICORDANDO LA PLASTICA  
E TUTTI I PRODOTTI  
A MARCHIO COOP



la coop

**NELL'ORTOFRUTTA  
A MARCHIO COOP  
SOLO VASCHETTE RICICLABILI  
E IN PLASTICA RICICLATA\*.**

DIAMO ALL'AMBIENTE  
UNA NUOVA IMPRONTA



la coop

**ZERO MICROPLASTICHE  
AGGIUNTE NEI COSMETICI,  
DENTIFRICI E DETERGENTI  
A MARCHIO COOP.**

DIAMO ALL'AMBIENTE  
UNA NUOVA IMPRONTA.



la coop

**La nostra cura e attenzione  
per la qualità**





### **Tipologia di installazione mixed reality**

Si tratta di una piattaforma webAR (realtà aumentata nel web) che non necessita di scaricare una App.

Tale percorso sarà anche ricostruito in forma di tour virtuale nel web mediante soluzione webVR, permettendo quindi di espandere l'esperienza anche dopo e lontano dall'installazione.

### **Eventuale interazione e partecipazione dall'esterno**

L'ambiente sarà semitrasparente e quindi i giocatori all'interno saranno parzialmente visti anche dall'esterno.

E' possibile attivare anche alcuni hotspot sulle pareti esterne o nel trasparente, in modo da incuriosire chi sta fuori e coinvolgere nel gioco anche i passanti.



RISPETTIAMO LA QUALITÀ







## **Definizione, contenuti e metodologia di interazione con l'utente.**

Il percorso sviluppa uno storytelling del brand in un itinerario immersivo con alcuni hotspot interattivi che forniscono contenuti in modalità ludica.

### **Tipologia di gioco**

Il gioco sarà una sorta di “percorso esplorativo” o “caccia al tesoro” in un labirinto di immagini in cui l'utente deve cercare gli hotspot interattivi mediante lo smartphone. Puntando lo smartphone o il tablet direttamente sul cartellone verranno visualizzate diverse scene e su di esse i marker (icone o immagini) per la Realtà Aumentata saranno delle immagini collegate a contenuti multimediali.

### **Metodologia raccolta punti da gioco mixed reality e ritiro premio**

Una volta individuato il gioco, l'utente sarà chiamato a risolverlo per accumulare punti e ricevere alla fine un gadget, uno sconto o altro. Un gioco analogo è stato realizzato per il centro visita del Parco dello Stelvio.

<https://www.stelvioexplorer.it/>

Le nostre uova sono

**A**  
da galline  
allevate  
a terra

**B**  
da galline  
allevate  
in batteria

**C**  
da galline  
allevate  
a casa

### **Eventuale utilizzo dei QRcode**

Per tale attività di attivazione è possibile anche usare dei QRcode o integrarli alla mixed reality.

### **Percorso**

Il percorso verrà definito a partire dai contenuti condivisi, orientativamente si può pensare a 8 tappe con interazioni in realtà aumentata, diffusori di aromi (quindi sinergia del MKT olfattivo) effetti audio e sonori.

### **Utilizzo materiali ecocompatibili**

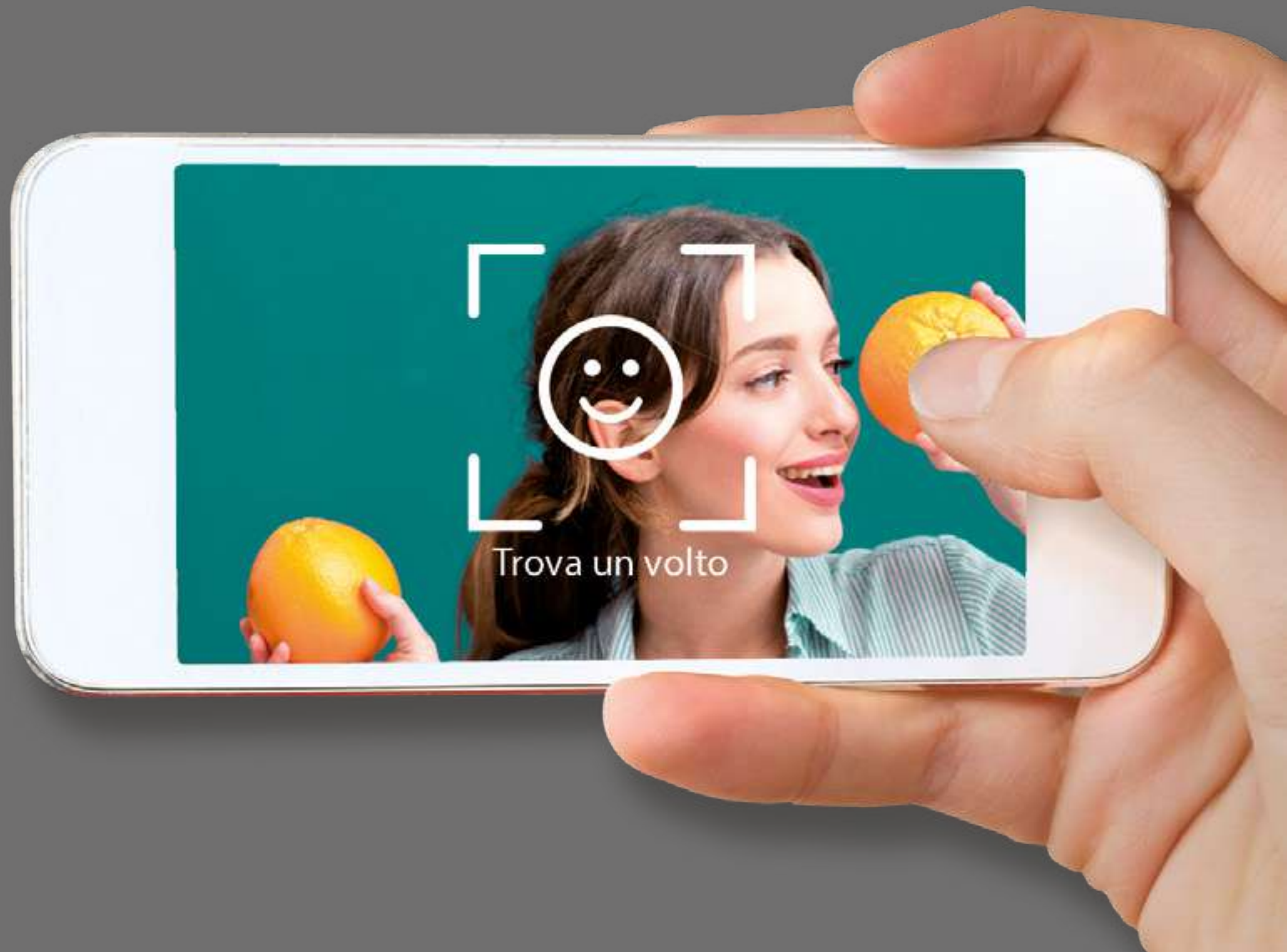
Al fine di esaltare i valori COOP, sarà fatta una ricerca per realizzare i corner impiegando materiali ecocompatibili.

**Ci facciamo un Selfie?**

## **Selfie**

**Durante il percorso o all'uscita, l'utente potrà essere coinvolto anche in uno spazio selfie tematico con funzioni Facebook AR come quella usata per Mercedes.**

[https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/469713826770920/?media\\_effect\\_web\\_link\\_source=inspiration\\_cta&\\_\\_tn\\_\\_=HH-R](https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/469713826770920/?media_effect_web_link_source=inspiration_cta&__tn__=HH-R)



Trova un volto



**In occasione del Gran Premio di Monza, è stata sviluppata una soluzione avanzata di SOCIAL VR: Mercedes Benz ha offerto al pubblico un'installazione tecnologica di realtà aumentata che ha permesso agli utenti di identificarsi con i grandi piloti del marchio stellato Lewis Hamilton e Valtteri Bottas.**

**È stato possibile testare dal vivo la soluzione tecnologica visitando il Village di Formula 1 alla darsena di Milano, vicino a Piazza XXIV maggio, dal 29 al 31 agosto 2018, in un'installazione, curata da Mercedes, basata su un tablet e un grande schermo, che ha permesso di proiettare su grande formato i volti degli utenti mentre indossavano i caschi virtuali dei piloti.**

**L'applicazione di realtà aumentata, basata su Facebook AR studio, ha reso possibile ai fans e ai curiosi di inquadrare il proprio volto con la camera dello smartphone e di indossare virtualmente a scelta i caschi dei piloti Mercedes.**

### **Eventuale utilizzo con App per raccolte punti retail**

Il gioco potrà anche essere sviluppato con la App COOP e diventare quindi un meccanismo di incentivazione all'uso per promozioni, raccolte punti o altro.

### **Web 3.0 - sito web immersive**

Consideriamo che tutti i contenuti saranno nel portale COOP e che per tutti gli utilizzi descritti potrà essere trasformato in un prodotto "immersive". Fin dai suoi albori, il web è stato immaginato come un ambiente 3D: non a caso buona parte delle parole chiave relative alla rete sono evocazioni spaziali e tridimensionali: "sito, portale, navigare, virtuale...". Tuttavia il World Wide Web è stato finora principalmente un contesto 2D, un'infinita rete di pagine piatte collegate tra loro da link ipertestuali. Anzi, con l'avvento degli smartphone e dei social nella fase web 2.0 la tendenza al "flat design" ha rappresentato il filone dominante. Oggi le cose stanno cambiando: l'affermazione delle tecnologie di realtà virtuale e aumentata sta aggiungendo la terza dimensione alla user experience di Internet. Inoltre i player globali del digitale hanno concordato una serie di standard tecnologici che abilitano lo sviluppo di Internet 3.0.



CIAO

## Partners



[www.carraro-lab.com](http://www.carraro-lab.com)



[www.lenticolare.it](http://www.lenticolare.it)



[www.eurodesignallestimenti.it](http://www.eurodesignallestimenti.it)

# **TwoStar**

**Design Strategy Group**



## **Two Star**

Via Gustavo Vagliasindi, 51  
95126 Catania  
Tel. /Fax +39 095506066  
[carlo@twostar.it](mailto:carlo@twostar.it)  
[welcome@twostar.it](mailto:welcome@twostar.it)