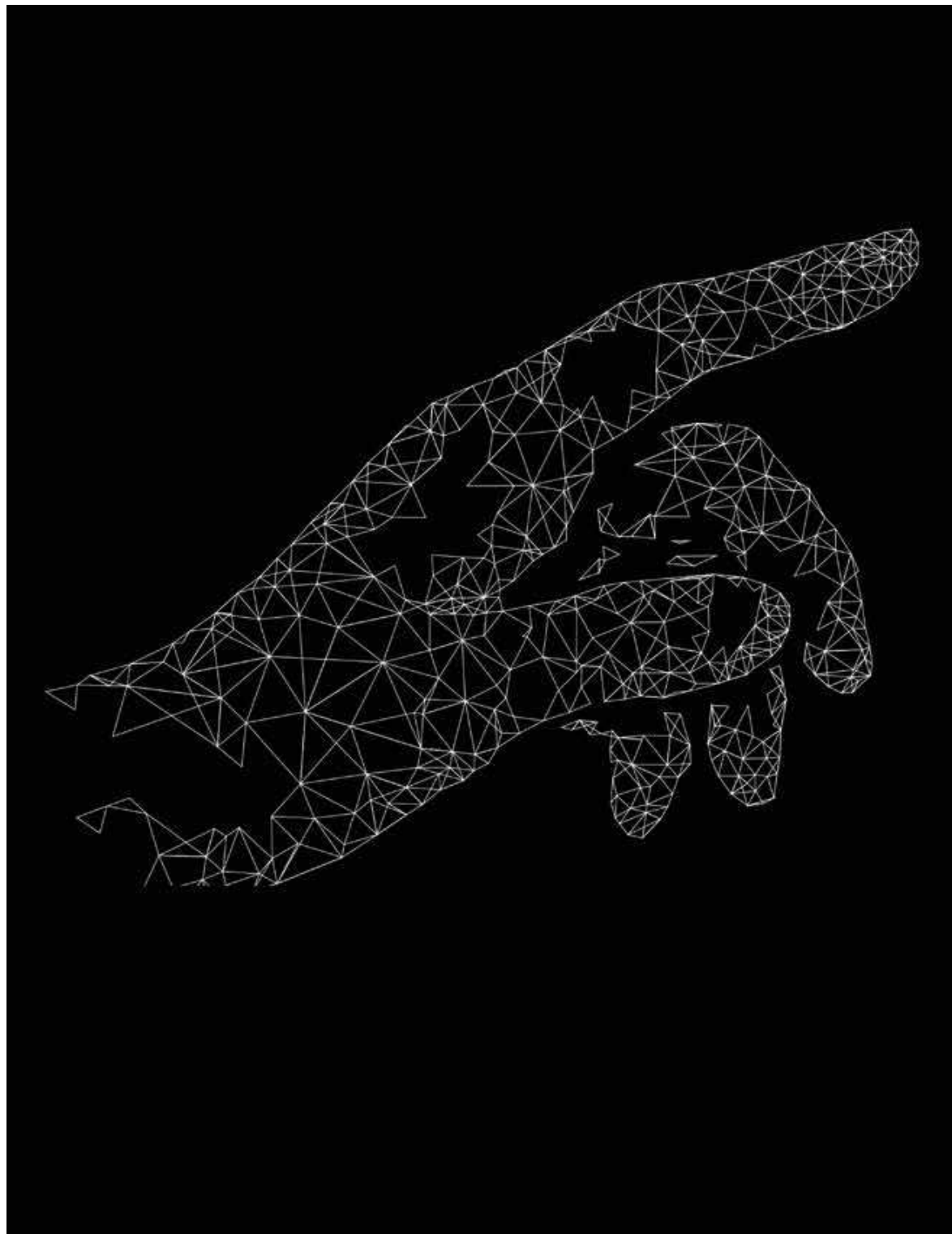


attualità



Investimenti per terreni digitali: da non escludere, ma occorre essere cauti, studiare costi e operations da mettere in campo

attualità

Corsa all'acquisto di **DIGITAL LAND**: vantaggi e rischi del real estate nel **METAVERSO**

Vendite sopra i 500 milioni di dollari nel real estate del metaverso. La previsione è quella di raddoppiarle nel 2022, secondo investitori e società di analisi.

di **Valentina Dalla Costa**

Finora, le vendite immobiliari si sono concentrate sui Big Four: Sandbox, Decentraland (mondo virtuale che ha aperto i battenti lo scorso febbraio 2020, con lotti in vendita dal 2017, dove si poteva acquistare un lotto per una ventina di euro, mentre oggi le stesse porzioni di terreno virtuale vengono vendute a partire da 12mila euro), Cryptovoxels e Somnium. Secondo un rapporto dell'agenzia di analisi specializzata Metametric Solutions, il settore della compravendita di immobili sul digitale potrebbe arrivare a un miliardo di dollari entro la fine di quest'anno. "Ci sono grandi rischi, ma potenzialmente enormi i guadagni in termini di investimento", ha affermato **Janine Yorio**, CEO di **Republic Realm**, società newyorkese di consulenza e business player nel real estate all'interno del metaverso. Una corsa folle verso investimenti poco sicuri, un mondo digitale di cui ancora si hanno molte domande aperte e poche certezze. Eppure, il recente aumento delle vendite continua a impennarsi dal primo annuncio dello scorso 28 ottobre da parte di Facebook, che stava mutando il suo nome in Meta per focalizzare la sua attenzione sul metaverso. Nel mondo fisico si dovrebbe parlare di "boom immobiliare", nel metaverso si tradurrà forse in investimenti lungimiranti oppure in fallimenti immobiliari, ma anche finanziari e digitali. **Andrés Reisinger**, che di recente ha presentato la sua Winter House, residenza invernale creata per il metaverso, è positivo: "c'è un potenziale enorme per sviluppare nuovi business legati ad investimenti immobiliari. Si avrà la possibilità di vedere in modo realistico uno spazio, prima di decidere se acquistarlo o meno; o crearne uno da zero, esattamente dove necessita di essere costruito. Abbiamo tra le mani potenti strumenti digitali: le sperimentazioni nel metaverso possono aiutare la collettività e le città a trovare nuove soluzioni e dinamiche attuabili nella realtà; credo che questo porterà nuove occasioni di business per entrambe le dimensioni, online e offline".

attualità

INVESTIRE PER ESSERCI

In questo momento alcune piattaforme vendono spazi e terreni. Ciò che sta accadendo è una sorta di corsa da parte di privati all'acquisto di terreni su cui speculare successivamente in un'ottica di puro reselling. "Lato BtoB, le aziende stanno ricorrendo al presidio di alcune in crescita per numero di utenti e terreni venduti – dichiara **Lorenzo Montagna**, AR,VR, Metaverse Advisor, Chapter President Italy VRARA, **fondatore di Second stARVR** - Il presidio consiste ad oggi nel prendere un terreno per "esserci" evitando, come accadeva alla fine degli anni '90 con il web di avere problemi nel possedere il dominio "azienda.com". E' anche vero che, in attesa che i metaversi si popolino, può avere senso investire anche per avere posizioni fisiche strategiche. Anche sul metaverso varrebbero le tre priorità del mondo retail reale: Location, Location, Location". Ci si continua a chiedere quali siano i vantaggi, e quali i rischi, nell'investire in immobili che, sostanzialmente, non sono tangibili; ad oggi non si può prevedere il numero di visitatori (e dunque, di potenziali clienti) di un determinato metaverso piuttosto che un altro. Anche Montagna conferma che l'operazione è molto rischiosa, perché "non tutti i metaversi avranno lo stesso seguito e successo. È rischioso per i privati, chi investe lo fa perché può permetterselo e ha una strategia ad alto rischio di cui è cosciente. Diverso per le aziende: non solo è rischioso, ma direi anche impossibile operativamente. Nel metaverso non entri con moneta reale, ma con criptovalute. Il che significa che devi anche essere disposto a rischiare di vedere il tuo conto economico "metaverse" ad avere crolli solo per questioni di valuta. Mi sembra anche abbastanza strano poi vedere un CFO con un portafoglio cripto "corporate" con cui muove ethereum fuori dalle compliance di qualunque società anche non quotata. Quello che consiglio non è di escludere investimenti futuri in terreni, ma di aspettare che la bolla si ridimensioni e nel frattempo studiare i costi e le operations da mettere in campo".

ARCHITETTURA E DESIGN: ADEGUARSI ALLA DIGITALIZZAZIONE

Se il metaverso sarà un mondo dove la realtà digitale si sovrappone, dialoga o sostituisce il mondo reale, le aziende del settore design e architettura "devono lavorare da adesso sulla digitalizzazione degli oggetti per renderli oggetti 3D, dotandosi di sviluppatori che trasformino file CAD e BIM in oggetti da portare nel proprio campo visivo con il proprio telefonino o portarli in un ambiente totalmente digitale, virtuale a cui accedere da PC e/o visori – prosegue Montagna - Come ha fatto e continua a fare senza sosta un altro settore iconico e strategico del nostro Paese: la moda. Il fashion è così avanti da lavorare su collezioni solo digitali, vendute come NFT in blockchain. In questo momento buona parte dei nostri marchi hanno cataloghi digitali con oggetti 3D accessibili da smartphone, con la possibilità di provare buona parte degli accessori in vendita". Le dinamiche e le scelte del settore design sono ancora poco delineate, a parte qualche raro esempio di sperimentazione in questo senso. "C'è tanto lavoro da fare; pensare al metaverso, che è ora più un concetto di convergenza di tecnologie emergenti, senza avere iniziato a muoversi oltre il sito ed i social per andare in piattaforme in stile gaming a mio avviso è un'operazione di puro PR, che nessuna azienda del nostro vanto nazionale può permettersi. L'invito quindi è iniziare un percorso di digitalizzazione 3D per poi essere pronti ad entrare nel metaverso, dove tutto, appunto, è 3D: partendo proprio dall'azienda, dai suoi prodotti, le sue sedi, le sue competenze uniche e distintive".