

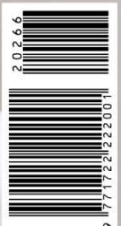
PTE CONT. 6,50 € - USA 9,50 \$ - Da abbinare obbligatoriamente ed esclusivamente venerdì. L'uscita con Mercati Finanziari e Il Corriere è a euro 4,00 (MF / IC 2,00 + Gentlemen 2,00) in tutta Italia. In tutti gli altri giorni Gentlemen a euro 4,00. Spedizioni in abbonamento postale L. 40/2004 art. 1 c. 1 0073 Milano

MF
il quotidiano
dei mercati finanziari

Gentleman

CHE AMANO LA VITA - NUMERO 266 - APRILE 2022

Renzo Rosso
e il suo avatar
nello showroom
di Jil Sander,
a Milano.



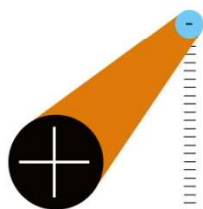
— METAVERSO —

IO SONO **RENZO** E LUI È **ROSSO**

TRASFERIRE NEL MONDO DIGITALE LE IDEE DI BELLEZZA,
SARTORIALITÀ E CREATIVITÀ. LA NUOVA SFIDA
DELLA MODA VISTA DA UN GRANDE IMPRENDITORE



SOTHEBY'S
La casa d'aste
ha inaugurato
una sede su
Decentraland.



LIDEA È AFFASCINANTE: comunicare con chiunque nel mondo in qualsiasi lingua. È quanto promette il traduttore vocale universale su cui sta lavorando Mark Zuckerberg, l'ultimo dei molti «superpoteri» che si avranno a disposizione nel metaverso. E che promettono di rendere a tutti la vita più ricca, comoda e appagante. L'obiettivo del ceo di Meta, società che riunisce Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp, Oculus e Activision (big dei videogiochi acquisita per la cifra record di 68,7 miliardi di dollari), è, infatti, creare **un mondo digitale tridimensionale** in cui si entrerà con visori per la realtà virtuale e braccialetti dotati di sensori. Nel metaverso, rappresentati dai nostri avatar, potremo trasferire una buona parte della vita quotidiana: socialità, lavoro, divertimento, gioco, shopping, business, creatività... Un ambiente immersivo dove potremo fare esperienze impossibili nella realtà. Restando a casa. Intendiamoci, il metaverso non è un'invenzione di Zuckerberg. Lui ha avuto l'idea di sviluppare il concetto in modo colossale e di comunicarlo in maniera sensazionale. Esistono, infatti, da tempo dei mondi dove ci si può già «teletrasportare» e sperimentare parzialmente la vita virtuale. Sono però mondi chiusi, ognuno dei quali può essere definito **un proto-metaverso a sé stante**.

«Il metaverso immaginato da Zuckerberg è invece un ambiente unico e senza barriere, dove si può passare con lo stesso avatar da un mondo



LAMBORGHINI
Space Time Memory
è il primo progetto
NFT della casa
automobilistica.

LA MAPPA DEI METAVERSI

Le piattaforme esistenti più importanti in base all'utilizzo maggiore.

L'ORIGINE

Second Life

Nato nel 2003, è il primo mondo virtuale progettato in cui sono già riunite le caratteristiche principali del metaverso di oggi: con il proprio avatar si viaggia attraverso le regioni, si può socializzare, partecipare a varie attività, scambiare beni e servizi con gli altri utenti, utilizzare pagamenti virtuali con il Linden Dollar. Nonostante abbia perso appeal rispetto al passato (nel 2013 ha raggiunto un milione di utenti attivi), conta centinaia di migliaia di affezionati partecipanti.

GAMING

Roblox

Nasce come videogioco con elementi in comune con i celebri Minecraft e Fortnite, ma è un vero universo in cui gli utenti (199 milioni di attivi al mese, di cui il 67% sotto i 16 anni), interagiscono. La sua criptovaluta è il Robux e con essa si possono fare acquisti nei negozi virtuali. La giovane età degli iscritti ha attirato marchi come Nike, che ha creato uno spazio virtuale, e Gucci, che ha aperto all'interno della piattaforma la Gucci Garden Experience. Qui sono stati presentati NFT che riproducono gli abiti reali del brand e durante un evento è stato venduto un modello digitale di borsa per 4mila dollari (800 in più rispetto a quella reale).

Fortnite

Uno dei videogiochi soprattutto di maggior successo (350 milioni di utenti registrati), creato nel 2017 dalla società Epic Games, si sta trasformando in un megastadio virtuale in cui partecipare a eventi. Gli avatar possono interagire e assistere in modalità live a concerti, come quello di Ariana Grande che si è esibita in forma di cartoon, lo scorso agosto, durante il *Rift Tour* di Fortnite, una serie di concerti che uniscono musica pop ed elementi del gioco, totalizzando decine di milioni di profili connessi. È stata anche messa in vendita una skin (vestito digitale) di Ariana con cui poter vestire il proprio avatar.

Star Atlas

Un metaverso sci-fi in forma di gioco spaziale di strategia ambientato nell'anno 2620 che si basa in tutto sulla blockchain della criptovaluta Solana. Star Atlas ha una sua economia grazie alla quale i giocatori si incontrano anche per stipulare contratti e guadagnare. In questo modo gli utenti possono acquistare ogni genere di risorsa (per esempio, astronavi per combattere) e pagare ogni servizio. La piattaforma promuove la decentralizzazione, con la possibilità di creare città e micro-economie governate da Organizzazioni Autonome Decentralizzate che consentono ai giocatori di influire sulle decisioni.



GUCCI
Ha organizzato un evento sul marketplace di Roblox: gli accessori sono andati subito a ruba.

NIKE
Ha creato il sottomondo Nikeland su Roblox.

all'altro. Questa funzione, che si chiama **interoperabilità**, è per ora una speranza, perché bisogna capire come ottenerla tecnicamente», spiega **Lorenzo Montagna**, uno dei massimi esperti di tecnologie digitali italiani, che ha guidato per 13 anni Yahoo Italia e oggi è a capo di Seconda-Stella srl, prima società italiana dedicata all'applicazione nelle aziende della Realtà Aumentata e Virtuale. «C'è poi un aspetto economico: altre mega aziende, come Apple, Google, Microsoft, stanno investendo decine di milioni nei loro progetti di

CONSIDERARE REALE E VIRTUALE COME PIANI SEPARATI È UN ERRORE. L'UNO CONTAMINA L'ALTRO E VICEVERSA

metaverso e ognuna vorrà avere la sua quota del nostro tempo e dei nostri soldi. Penso che alla fine resteremo con un insieme di ambienti chiusi, dove le aziende cercheranno di trattenerci il più a lungo possibile, senza facilitare il passaggio a un mondo concorrente».

Il fermento intorno al metaverso è comprensibile. I **mondi virtuali**, grazie al numero di utenti che li frequentano (Fortnite ne ha 350 milioni), **sono l'arena perfetta per quasi tutto**: moda e shopping, collezionismo di opere d'arte sotto forma di NFT (Not Fungible Token, certificati digitali che attestano la proprietà di un bene attraverso la blockchain), musica con i concerti dal vivo (quello di Ariana Grande su Fortnite ha raccolto 50 milioni

di partecipanti), videogiochi, eventi sportivi. Oltre essere la nuova frontiera della finanza (anche decentralizzata, perché il motore di questi mondi sono le criptovalute) e dell'immobiliare.

Il metaverso sarà pure immateriale, ma è un territorio che può essere acquistato. Anzi, è già oggetto di speculazioni di privati e di grandi società internazionali che si occupano di compravendita di terreni e di costruire veri e propri Estate. Chi compra non lo fa certo per abitarci, ma se si considera la probabile rivalutazione dei terreni in futuro, l'investimento è giustificato. Sul terreno virtuale si può costruire ciò che si vuole, anche banche. **J.P. Morgan** prevede che il mercato sul metaverso possa valere 1.000 miliardi di dollari, tant'è che ha aperto una sala virtuale su Decentraland. Stessa piattaforma per **Sotheby's**: la casa d'aste ha battuto sul tempo la concorrenza aprendo la sua sede digitale. La discoteca Amnesia di Ibiza fa già ballare, sempre su Decentraland: il sound è straordinario e può capitare di essere vicino all'avatar di un attore che in quel momento è dall'altra parte del mondo. E **Carrefour**, gigante della grande distribuzione, ha acquistato l'equivalente di 36 ettari di terreno nel mondo di Sandbox al prezzo, in Ethereum, di circa 300mila euro. Che cosa ci faranno? Eventi e lanci di prodotti. «Ma siamo ai primi passi. Non sapendo come



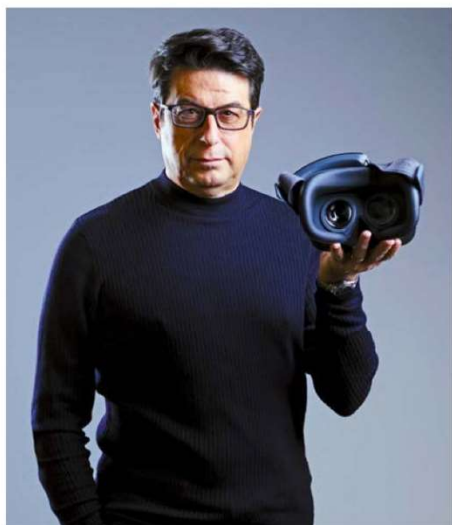
Experience 3.0

evolveranno questi mondi, tutti pensano che sia comunque meglio essere presenti. Poi si vedrà», precisa Montagna. Avvertenza per i piccoli investitori: un quadratino di terreno virtuale (poca roba, per intenderci), su Sandbox oggi vale circa 0,70 Ethereum (1.700 euro), ma in una zona deserta, dove non c'è nulla, nemmeno la garanzia che in futuro si insedierà qualche attività...

I primi a credere nella potenza e nell'attrattiva del metaverso sono però stati i **brand del lusso**, in particolare della moda, che hanno puntato sulle piattaforme di gaming come Roblox e Fortnite per parlare alla Generazione Z, anche se negli ultimi due anni pure i cinquantenni si sono appassionati ai videogiochi online. «Sono obiettivamente i mondi più avanzati, sviluppati e interessanti, perché i **giovani ormai li abitano**: non ci vanno solo per giocare, ma per restarci a lungo, incontrare amici e socializzare, uno degli aspetti fondamentali del metaverso, partecipare ai numerosi eventi», spiega Montagna.

Ovvio dunque l'interesse delle aziende, che hanno aperto **store digitali** in cui presentare i propri prodotti (reali) e offrire una brand experience coinvolgente. Come **Nike**, che ha creato il sottomondo Nikeland su Roblox. Ma la nuova frontiera è l'abbigliamento digitale, ovvero i vestiti pensati unicamente per il metaverso. Il primo filone è quello delle skin (gli abiti destinati agli avatar), NFT di capi che si pagano in cripto, un mercato stimato in 30-40 miliardi di dollari l'anno.

«I videogamer amano possedere qualcosa di unico che esprima la propria identità online», conferma Montagna. **Gucci** è massicciamente presente su Roblox e altre piattaforme, **Louis Vuitton** sul gioco League of Legends, **Balenciaga** su Fortnite. E sempre su Fortnite, **Moncler** ha presentato alcuni look ispirati alla collezione reale 6 Moncler 1017 Alyx 9 SM.



Lorenzo Montagna, tra i massimi esperti di tecnologie digitali in Italia, ceo di Seconda-Stella srl.



ROBLOX
24 milioni di giochi per oltre 199 milioni di player mensili attivi.

Il secondo settore in crescita è quello delle creazioni uniche sotto forma di NFT per i collezionisti e per chi già ora vive molto sui social e vuole «vestire» i propri ritratti con abiti esclusivi.

Ma attenzione: considerare reale e virtuale come piani separati è un errore. L'uno contamina l'altro e viceversa. **La Realtà Aumentata è ormai a portata di telefonino**: «Se scarico l'app di Gucci posso inquadrare il mio piede e "indossare" i modelli di scarpa presenti nello store digitale per vedere quello che mi sta meglio: l'esperienza è in 3D ed è davvero impressionante», assicura Montagna. «È quello che si chiama Phygital, cioè la fusione tra fisico e digitale, che mi consente di interagire con gli oggetti e quindi di fare acquisti consapevoli». Come dire, **l'e-commerce 3.0**.

Invece, il vasto e ricco settore dell'automotive si sta muovendo solo ora. Nell'attesa di capire se un giorno si potranno «fabbricare» modelli sui quali gli avatar si sposteranno sulle strade del metaverso, i marchi mirano soprattutto ai collezionisti di NFT. Fra gli italiani, l'hanno già fatto **Maserati** e **Lamborghini**, che ha venduto in asta l'NFT di un

PER LA BANCA AMERICANA J.P. MORGAN IL METAVERSO RAPPRESENTA UN MERCATO DA 1 TRILIONE DI DOLLARI, CHE COINVOLGERÀ OGNI SETTORE

suo modello, un'opera d'arte intitolata *Space Time Memory*. Anche **Ferrari** ha realizzato suoi NFT, oltre aver annunciato che gareggerà nel campionato digitale ufficiale di F1. Nel frattempo, il **Manchester City** ha annunciato che sta costruendo il suo stadio sul metaverso.

Niente è impossibile, dunque. Nemmeno **fondare un'intera metropoli virtuale**, tant'è vero che Seul investirà 3 milioni di dollari per creare entro l'anno prossimo il suo doppio digitale: cittadini e turisti potranno visitarla, fare shopping, entrare in musei, locali, hotel e uffici pubblici... Insomma, la vita nel metaverso potrebbe essere per molti assai più appagante di quella reale. Usiamolo bene senza farci prendere la mano. **G**

REAL ESTATE

Decentraland

Piattaforma basata sulla blockchain di Ethereum, è un mondo digitale dove gli iscritti, se possiedono la sua criptomoneta (MANA), hanno anche il diritto di votare e prendere parte alle decisioni. Oltre alle esperienze di entertainment (il casinò ICE Poke, in tre mesi ha registrato entrate per totale di 7,5 milioni di dollari), la funzione più interessante è la compravendita di terreni: ogni appezzamento è un NFT e ogni transazione è registrata sulla blockchain. Dal 2020 al 2021, gli utenti attivi sono passati da quasi 619mila a 8 milioni e mezzo, creando un giro d'affari di 88,5 milioni di dollari, con 2.480 nuovi proprietari terzi. Tra questi, la casa d'aste Sotheby's e la discoteca Amnesia di Ibiza.

The Sandbox

Anche The Sandbox accoglie abitanti, attività commerciali, aziende nel suo avanzato metaverso, un complesso sistema di gioco che permette di fabbricare oggetti virtuali in 3D, avatar, strumenti e altre risorse. Anche qui si possono acquistare terreni, edificare abitazioni, aprire negozi, vendere e acquistare oggetti sotto forma di NFT. Adidas si è riservata uno spazio in cui interagisce con gli utenti ed espone i suoi prodotti. Marco Verratti, centrocampista del PSG e della Nazionale di calcio italiana, ha acquistato un'intera isola. Mira a raggiungere 10 milioni di utenti nel 2022.

LAVORO

Horizon Workrooms

È la piattaforma di Facebook progettata per migliorare le riunioni da remoto. Grazie alla realtà virtuale, gli avatar personali si siedono allo stesso tavolo, discutono e abbozzano disegni alla lavagna in una modalità più reale grazie a elementi di comunicazione non verbale che arricchiscono l'esperienza. Nella workroom si entra da computer o con il visore VR Oculus Quest 2.

BLOCKCHAIN ECONOMY

OpenSea

È il marketplace più utilizzato (oltre 600mila utenti di utenti attivi al mese), per la compravendita di criptovalute e di NFT, gli oggetti digitali garantiti dalla blockchain e caratterizzati da un'identità unica e riconoscibile. OpenSea è basato sulla blockchain di Ethereum, la seconda criptovaluta più diffusa al mondo. È necessario possedere un portafoglio di criptovalute collegato al proprio profilo.

Blocktopia

Un grattacielo di 21 milioni di piani (in onore della Total Supply di Bitcoin, per l'appunto 21 milioni di Bitcoin), progettato per riunire i diversi esponenti del mondo delle criptovalute in un unico luogo. Si possono acquistare terreni sui quali creare edifici destinati a ospitare eventi o a essere affittati, per esempio, per accogliere pubblicità.

