

Innovazione

GLI AFFARI VIRTUALI

SHOPPING E SVAGO? COSE DELL'ALTRO MONDO

Fioriscono le città immateriali del metaverso, come Coderblock, e le startup collegate. Uffici, negozi, cinema, campus. Cabine per creare gli avatar. Il summit del 21 a Milano

di Chiara Sottocorona

Ci sono palazzine di uffici, negozi, cinema, sale da gioco, campus e centri espositivi. Sta per aprire un ospedale per la telemedicina e c'è perfino un porto con yacht ormeggiati. Eppure è un luogo che non esiste, una città immateriale. È il primo metaverso italiano, quello di Coderblock: code per programmazione, block per mattoncino. «L'unico limite è l'immaginazione: con il nostro motore 3D proprietario possiamo creare ambienti ed esperienze immersive personalizzate. Dall'integrazione dei diversi ambienti sta prendendo forma la città virtuale», dice Danilo Costa, il fondatore.

Laurea in Scienze informatiche, 33 anni, dopo esperienze a Milano e Londra Costa è tornato a Palermo, la sua città, per fondare Coderblock. Il fatturato nel 2021 è salito del 109% rispetto al 2020. E in marzo Coderblock ha concluso una campagna di crowdfounding raccogliendo 820 mila euro da circa 500 investitori. Come ricompensa i nuovi soci ricevono ambienti virtuali da usare. «La piattaforma propone a noleggio o in acquisto ambienti virtuali 3D personalizzabili —

dice Costa —. Si può entrare nel metaverso con il browser, anche da smartphone. I clienti non devono programmare nulla, possono scegliere i propri avatar e gli ambienti, modificarne disposizione e aspetto».

Un'attività di successo è stata quella dei congressi: dal primo StartupItalia Open summit, con 140 startup nel 2020, al Milan Fintech Summit nell'ottobre 2021. In novembre il metaverso ha ospitato la prima fiera virtuale del fumetto, Cospladya, quest'anno replicherà con il Campus Party Spotlight, incontro internazionale di università, e in febbraio con eCommerce Revolution, un convegno tenuto da 4eCom.

La prossima esperienza potrà essere sul turismo. Si prepara a sbarcare nel metaverso Empeeria, agenzia palermitana per i viaggi smart. «Stiamo creando per il nostro sito otto virtual tour per far scoprire destinazioni siciliane — dice Tony Ciriigliano, il fondatore —. Il metaverso può essere un potente strumento di marketing per far provare la visita di un luogo come esperienza da vivere poi nel viaggio».

«Il metaverso è un nuovo modello economico che

può interessare molte aziende — dice Lorenzo Montagna, fondatore della società di consulenza SecondStarVR —. Finora è stato usato dalle marche della moda soprattutto per raggiungere la generazione Z, ma l'opportunità è di vendere beni: virtuali e reali». S

Sensemakers ha condotto il mese scorso un'indagine sul consumatore italiano. «Un italiano su tre non sa ancora cosa sia il metaverso — dice il ceo Fabrizio Angelini —. C'è una polarizzazione nell'interesse. Il 62% degli intervistati si dice interessato, la quota sale al 70% per gli uomini, all'80% per i giovani tra i 18 e i 24 anni, ma scende al 55% per le donne. La maggioranza, il 51%, vede il metaverso non solo come un ambiente virtuale, ma anche come una realtà parallela in grado di incidere sulla vita reale e in cui poter svolgere le stesse attività del quotidiano».

Le novità

A Milano il 21 aprile si terrà il primo OnMetaverse Summit, un incontro reale al SuperStudio Più di via Tortona, virtuale nel SuperStudio Cyberspace. E la startup IgoodI, prima avatar factory italiana, farà provare The Gate: una cabina che esegue la scansione di una persona per crearne il gemello digitale. IgoodI lavora su una nuova generazione di avatar, così realistici da riprodurre le persone con realtà e altezza. Il corpo digitale può essere usato per provare abiti o fare allenamenti, avrà applicazioni nella telemedicina. Per il 3D Commerce lavora la startup milanese InVRsion, che ha raccolto 6,5 milioni dal venture capital. Per Nestlé ha realizzato un virtual store che riproduce in dettaglio un supermercato. «Siamo partiti dalla simulazione dei negozi fisici e ora vogliamo portare il retail nella realtà virtuale immersiva — dice Matteo Esposito, fondatore e ceo — Per questo occorrono gemelli digitali molto accurati dei prodotti. Lavoriamo con The Khronos Group, l'associazione che ha proposto uno standard open source per il 3D Commerce. Ne fanno parte big come Amazon e Ikea. Il problema è abbattere i costi di realizzazione delle copie virtuali». L'avete risolto? «Abbiamo inventato un tool di scansione per prendere le immagini degli oggetti, che sono analizzate da un algoritmo di intelligenza artificiale e poi elaborate da tecnici 3D per ottenere il gemello digitale». J.P. Morgan stima in 54 miliardi di dollari il fatturato dei beni venduti nel metaverso nel 2030.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

