

METAVERSO: IL WEB 3.0 PER ANDARE OLTRE

Da quando Mark Zuckerberg ha cambiato il nome di Facebook in Meta non si sente parlare altro che di “metaverso”. Ecco cos’è e perché ci riguarda da vicino. Tutti noi

Lorenzo Montagna
consulente aziendale e presidente italiano
associazione Vrara

FACCIO subito uno spoiler: si tratta del nuovo web. Dopo l’1.0 con pc e siti, il 2.0 con smartphone e social, ora è il momento del 3.0 con il metaverso: Ar, Vr, Ai, 5G, blockchain e piattaforme di gaming.

Tutti nel phygital

Negli ultimi due anni, grazie a un’inattesa e prepotente adozione degli strumenti digitali, la nostra vita e le nostre storie sono andate avanti nonostante i lockdown: abbiamo incontrato i colleghi sulle piattaforme di videocall e fatto shopping tramite le app di e-commerce; i nostri figli più giovani hanno aumentato ancor di più il tempo speso sulle piattaforme di gaming e mantenuto legami attraverso i social; i podcast sono esplosi e così anche la tv online; alcuni di noi, addirittura, si sono laureati o sposati e abbiamo tutti partecipato in qualche modo a questi eventi in modo virtuale. Insomma, siamo tutti diventati più digitali in un mondo che è diventato sempre più rarefatto. E così il cosiddetto phygital, ovvero un mix di reale e digitale, si è im-

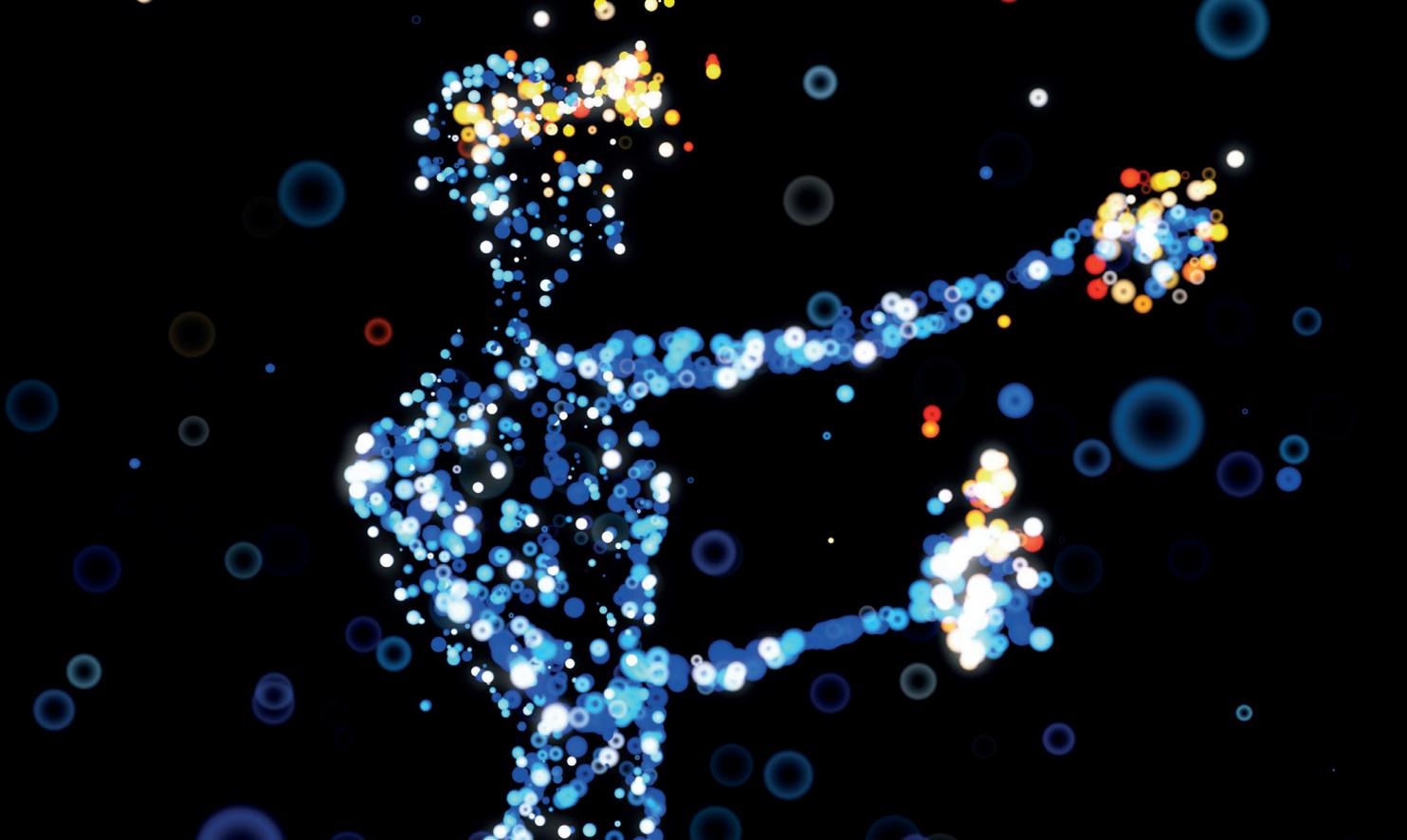
provvisamente creato sotto i nostri occhi, in pochi mesi.

Se digitale fa rima con banale

Se è evidente che siamo tutti più digitali, dai bambini su Classroom ai senior su Teams, è altrettanto evidente che questo livello di digitalizzazione è molto banale, poco personale, poco convincente. Pensiamo alle videoconferenze: saltiamo da un meeting all’altro senza avere mai un prima e un dopo, come invece accade nel mondo reale; non c’è modo di incontrare altre persone se non quelle che sono nella lista di invitati; durante le call non riusciamo nemmeno a muoverci: siamo tutti fermi sulle nostre sedie, nessuno che si alza per andare a una lavagna, nessuno che parla con qualcuno senza farsi sentire dagli altri... tutte cose assurde, irreali.

Il digitale è sì la soluzione a mille problemi, ma ci ha in qualche modo privato della nostra empatia e personalità: tutto è diventato piatto, noioso, routinario, proprio come piatti sono gli schermi dei nostri device.

Ma la tecnologia, fortunatamente,



sta andando oltre questo mondo digitale per offrirci molto di più.

Andare oltre con il metaverso

E qui il metaverso, ovvero l'andare oltre (meta in greco) il nostro mondo, sia reale, sia digitale. Ma oltre cosa?

Innanzitutto, oltre gli schermi, perché le tecnologie di realtà aumentata e virtuale ci consentono di visualizzare dati e informazioni nel nostro campo visivo (Ar), e di condividere quello che vediamo con altre persone (Vr). Ma metaverso significa anche andare oltre le limitazioni dell'hardware, entrando e muovendoci fisicamente in ambienti virtuali attraverso un avatar.

Ecco, quindi, che le videoconferenze in spatial computing diventano meeting in ambienti che hanno una spazialità (che siano uffici

o sale conferenze) dove ti muovi con il tuo avatar: luoghi in cui decidi dove andare, dove sederti, con chi parlare... e quando prendi la parola, ti alzi e vai sul palco, senti veramente la tensione che si prova davanti a un pubblico.

Virtuale, ma molto reale

Attenzione però: il metaverso e queste sue iniziali forme espressive non vanno confuse con il gaming. Sto lavorando con psicologi esperti che si occupano di "human factors" e questo tipo di interazioni sono molto più empatiche di quanto non si immagini.

Se pensate che esista una grande differenza tra vita reale e vita virtuale, non avete figli con meno di 14 anni: le giovani generazioni preferiscono fare shopping per i propri avatar che per se stessi. Sono folli? No. Semplicemente, vivono per molte ore online, di conse-

guenza si sentono molto più esposti lì che nel mondo reale. Ed ecco quindi che aziende della moda (Nike) e del lusso (Gucci e Balenciaga) cominciano a commercializzare vestiti, scarpe e accessori cosiddetti "Digital to Avatar" (DtoA).

Virtuale, reale... e attraente

E qui si inserisce un ulteriore livello di innovazione: nel metaverso, ad oggi, non ci sono euro o dollari, Visa e American Express, ma valute delle piattaforme o criptovalute. E le criptovalute sono di fatto non solo la moneta, ma anche il canale di vendita. I marchi del lusso vendono accessori privilegiando criptovalute come Ethereum, che avendo costi di transazione molto elevati (400 \$ minimo) garantiscono un target appropriato. Tra l'altro questi oggetti sono spesso Nft (Non fungible token):

Realtà aumentata, virtuale e metaverso

Le nuove frontiere digitali al servizio del business

Vivi l'esperienza della realtà virtuale in prima persona con il nuovo corso in presenza di Cfmt: "Realtà aumentata, virtuale e metaverso". Potrai sperimentare l'immersione con visori, conoscere soluzioni concrete e usecase per adottare con successo la realtà aumentata, quella realtà virtuale e il metaverso nelle varie aree aziendali (design, ricerca, produzione, marketing, comunicazione, trade, vendite ed Hr-talent).

Realtà aumentata e virtuale sono ormai tecnologie mature. La digitalizzazione dei processi e la virtualizzazione dei prodotti e degli ambienti sono le prime due aree di focus per la leadership aziendale dal 2020. Tutto il comparto tech si sta spostando sul metaverso, ovvero una nuova forma di internet dove confluiscano Ar, Vr, blockchain, Ai, 5G e piattaforme di gaming. È importante conoscere queste tecnologie per tenere il passo con un mondo che ormai da anni ha virato verso il marketing digitale e ora si sposta totalmente su quello esperienziale, dove le tecnologie "immersive" colmano una serie di gap tra fisico e digitale creando un nuovo livello di integrazione, di linguaggi e opportunità che da anni vengono definiti "phygital".



Milano, 7 marzo, dalle 10 alle 17 - Posti limitati

Per iscrizioni  bit.ly/cfmt_metaverso

Per un contatto diretto: Roberta Corradini roberta.corradini@cfmt.it



sono quindi certificati digitalmente come unici e non interscambiabili (come sono invece le cripto currency).

Se pensate ancor di più che tutto questo mondo sia una mattata di pochi brand per pochi giovani "geek", è giusto che sappiate che i maggiori investimenti nel metaverso in questo momento sono proprio sugli aspetti in cui si scherza di meno: quelli finanziari. I gemelli Winklevoss, fondatori di Facebook insieme a Zuckerberg, hanno creato Gemini, un exchange di criptovalute di successo: con Gemini hanno raccolto 400 milioni di dollari da diversi venture capital e creato la

valuta del metaverso. E sempre a proposito di numeri, per iniziare a lavorare sul metaverso Zuckerberg ha previsto 10.000 assunzioni di nuovo personale solo in Europa (UK esclusa), venduto 10 milioni di Oculus in 10 mesi e previsto un investimento di 50 milioni di dollari.

E già si vedono partnership interessanti, come quella tra Meta e Microsoft.

Metaverso: il nuovo mondo libero e aperto

Questo è un altro punto chiave del metaverso: dovrà essere "open" e avere logiche e dinamiche del primo web. Sarà perciò

aperto e democratico, un mondo libero dove muoversi tra diversi ambienti per partecipare a una serie di attività: nel metaverso lavoreremo, andremo a eventi e concerti, incontreremo gli amici attraverso avatar superealistici e streaming in realtà virtuale.

Il metaverso non è quindi una chicca per pochi appassionati di digitale, ma un vero e proprio nuovo mondo che consentirà a tutti di "andare oltre"... che poi è la mission di noi manager! Un buon punto di partenza per iniziare a metterci un piede può essere il corso di formazione organizzato con Cfmt: "Realtà aumentata, virtuale e metaverso". ■