

METAVERSO

Coniugare la Realtà all'esperienza virtuale

COS'E' IL METAVERSO?

*Un'esperienza digitale
della nostra vita
all'interno del Metaverso*

OPPORTUNITA' DI MERCATO

*Come le aziende possono prepararsi
ad entrare nel Metaverso?*

NUOVI MODELLI B2B E B2C

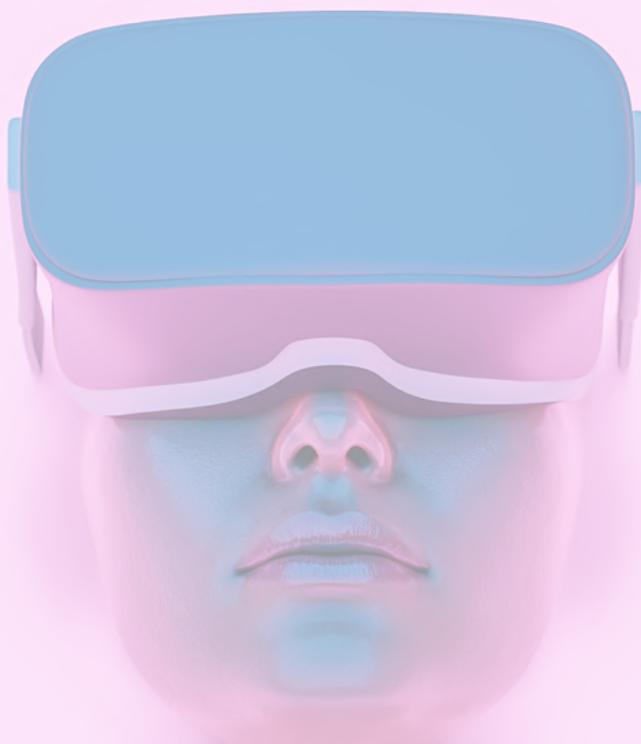
*Rinnovare il proprio modello
di business*

LE PIATTAFORME DEL METAVERSO

*Tanti differenti mondi virtuali
a seconda dei nostri interessi*

**MILLER
GROUP**

Make the difference



Cos'è il Metaverso?

Il Metaverso rappresenta **l'interconnessione di ambienti e mondi virtuali su larga scala**, in cui gli utenti di tutto il mondo potranno fare molto di più di quello che abbiamo fatto fino ad oggi su Internet.

A differenza dei social network, il Metaverso si differenzia nel modo di coinvolgere gli utenti, con una caratteristica ancora più sociale: milioni di persone che si riuniscono in un posto e in un unico momento per vivere esperienze insieme.

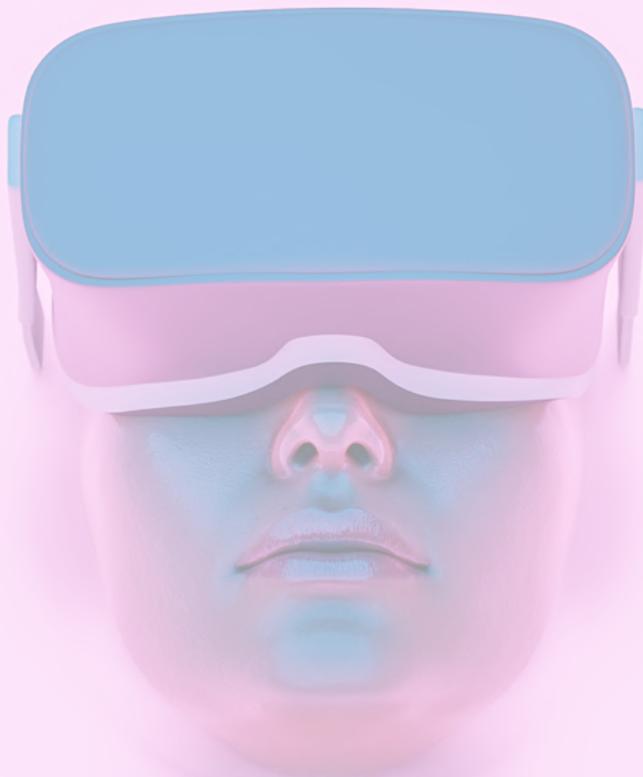
Non solo, offre l'opportunità di ri-disegnare completamente il concetto di esperienza umana online, ma **aprirà un mondo di nuove possibilità su ciò che i creatori di contenuti potranno fare**.

Immaginiamo di avere il nostro avatar digitale che si muove dentro mondi virtuali. Avremo grande autonomia oltre a **possibilità, quasi illimitate, a livello di gamification ed experience**.

Parliamo di un'infrastruttura digitale scalabile costituita da mondi incentrati sull'interazione in tempo reale in cui le persone possono svolgere le identiche azioni della vita reale, in un contesto totalmente virtuale.

Al suo interno vengono utilizzate tecnologie avanzate, come la realtà aumentata AR, la realtà virtuale VR, sensori, con l'obiettivo di immergere completamente l'utente nel mondo virtuale.

Molti pensano che la versione più "definitiva" del Metaverso sarà un'unica piattaforma in cui le persone avranno un'identità da utilizzare. Sarà di fondamentale importanza l'esistenza di una definizione proprietà digitale, valute digitali e trasferibilità universale di quest risorse digitali, consentendo così un'economia pienamente funzionante in un mondo virtuale.



Il metaverso potrebbe sostituire diversi aspetti, dall'esperienza di vacanza, alla partecipazione ad un concerto o addirittura una mostra d'arte, ma soprattutto come le persone imparano, studiano, interagiscono e persino incontrano amici.

Può anche essere un mix di esperienze del mondo reale e virtuale, come le persone che direttamente da casa partecipano a un concerto che si tiene nel mondo reale: sono in grado di vedere, ascoltare e interagire esattamente come chi partecipa di persona.

Il metaverso include la possibilità di effettuare transazioni, in modo che i partecipanti possano utilizzare token non fungibili (NFT) e criptovaluta per acquistare e vendere prodotti e servizi e offrire esperienze attraverso ricostruzioni 3D.

La crescita dell'economia basata sul possesso di beni digitali permette un grado di personalizzazione di uno spazio virtuale acquistando opere d'arte originali, tokenizzate come risorsa digitale.

Gli immobili virtuali sono un mercato in crescita, dovuto in parte ai tanti marchi che hanno acquistato spazi per creare negozi virtuali e altre esperienze.

Sono sempre più i brand che acquistano spazi per renderli luoghi per giocare, per lavoro, per incontrarsi e magari anche ascoltare musica live.

Si avvia un'economia circolare con i proprietari di terre, che possono reclutare figure professionali come designer e costruttori, per costruire esperienze per i fruitori finali.

Il valore delle terre ha assunto volumi considerevoli e il numero di utenti interessati è esploso per ragioni molto semplici: l'assenza di vincoli di costruzione, la velocità di esecuzione, le opportunità di lavoro e di reddito legate a un'audience globale decentralizzata.



OPPORTUNITA' DI MERCATO

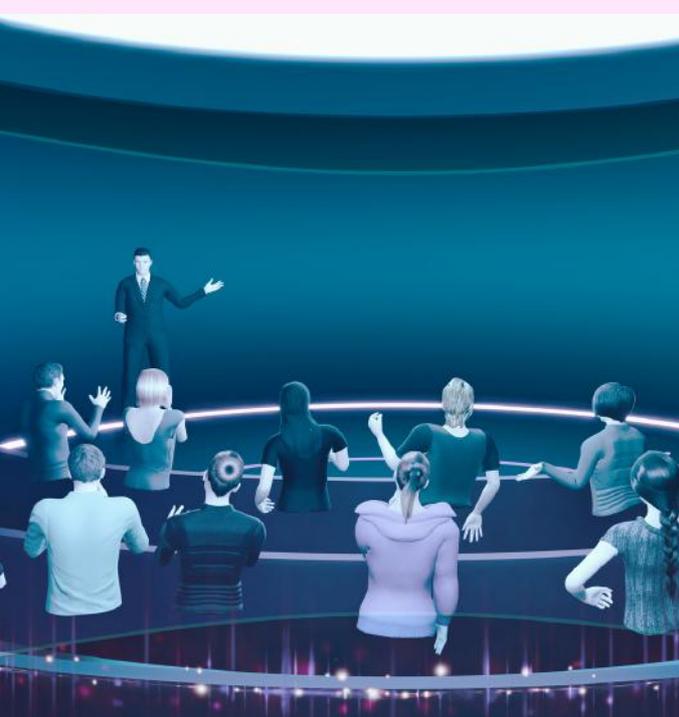
COME LE AZIENDE
POSSONO PREPARARSI
AD ENTRARE NEL METAVERSO



Le opportunità di mercato sono illimitate e applicabili a diversi settori. **L'identità digitale rappresentata dall'avatar online permette alle aziende di mettere a disposizione qualsiasi tipologia di prodotto e servizio: abbigliamento, accessori, mobili, decorazioni, arte.**

La creazione e il lancio di ambienti virtuali per le aziende possono essere sfruttati dalla formazione dei dipendenti, al reclutamento, agli incontri sociali e al coinvolgimento dei consumatori.

In campo professionale è qualcosa che le aziende possono gestire in base alle proprie esigenze: così come per il proprio sito internet, possono avere la capacità di assumere il controllo della propria sede e dei servizi virtuali.



La pandemia ha messo in discussione permanentemente la struttura di lavoro in presenza, accelerando la digitalizzazione delle nostre vite e normalizzando il concetto di lavoro e comunicazione online. Tutto ciò porta ad una naturale evoluzione in cui il metaverso sarà una nuova possibile frontiera per lo smart working e il lavoro a flessibile.



La maggior parte delle aziende continuerà ad abbracciare modelli di lavoro flessibili, inclusa la possibilità di lavorare da remoto.

Evidentemente, il metaverso ha un ruolo significativo da svolgere, garantendo che i dipendenti rimangano coinvolti mentre aiutano a superare i problemi di produttività legati al lavoro a distanza, come l'affaticamento delle videoconferenze. Con i dispositivi AR e VR è possibile creare ecosistemi online interattivi per realizzare corsi di formazione specifici, offrendo sfide e test virtuali.

È possibile creare diversi ecosistemi per soddisfare in modo specifico le esigenze delle aziende, sia attraverso la formazione e lo sviluppo fino ad ospitare eventi online.

Utilizzando queste piattaforme, le aziende possono ospitare e partecipare a riunioni, creare aree di approfondimento, tenere sessioni di team building, partecipare a chiamate di partnership aziendali e persino creare e promuovere webinar.

Il metaverso può ospitare o collegarsi a qualsiasi contenuto Web, immagini, video, PDF e avere spazi collegati tra loro come accade con le pagine Web su Internet.

Il metaverso ha molte tecnologie alla base delle sue fondamenta ed è probabilmente la prossima frontiera di Internet.

Tuttavia, è bene interrogarsi su ciò che le aziende possono esplorare nel nuovo spazio virtuale. L'attenzione attorno al metaverso è forte perchè può andare a rivoluzionare qualsiasi tendenza tecnologica attuale.

Tra le attività che possono supportare nuove opportunità di business ci sono:

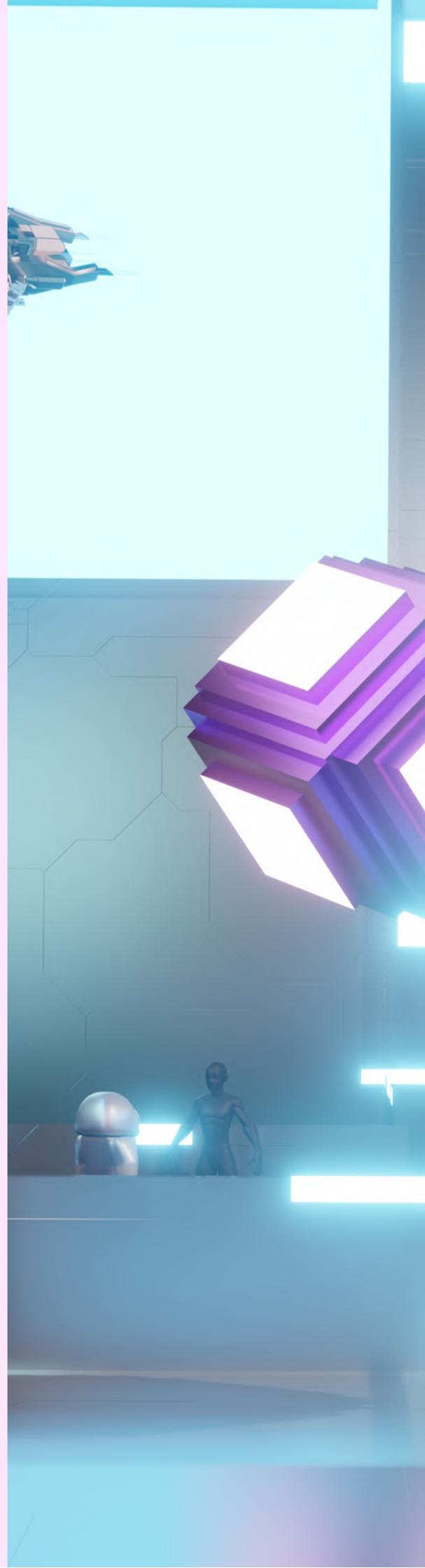
- partecipazione a esperienze sociali virtuali - ad esempio mostre, concerti, meeting e fiere.
- servizi di assistenza clienti, formazione dei dipendenti e altre comunicazioni aziendali;
- acquisto in negozi virtuali ed e-commerce immersivi;
- utilizzo di aule virtuali per alimentare esperienze di apprendimento immersive;
- Real estate digitale e sviluppo di immobili virtuali;
- acquisto di arte digitale, oggetti da collezione, indossabili per avatar come NFT;

In tanti vedono ancora la questione Metaverso con occhio critico, sottolineando che, come esseri umani, non siamo pronti per creare dei "mondi virtuali".

Il metaverso ha ancora alcuni problemi che vanno risolti per diventare un posto sicuro, come la privacy, l'uso delle informazioni, i problemi di salute mentale e anche le implicazioni sociali nel mondo reale sono solo alcuni esempi delle molte aree di preoccupazione.

Dal punto di vista legale e amministrativo, come dovrebbe essere trattata una società che si addentra in un business totalmente virtuale?

Vediamo alcuni passaggi da considerare prima di approcciare un nuovo sviluppo del business per la propria azienda, per andare incontro tecnologicamente alle opportunità fornite dal metaverso.

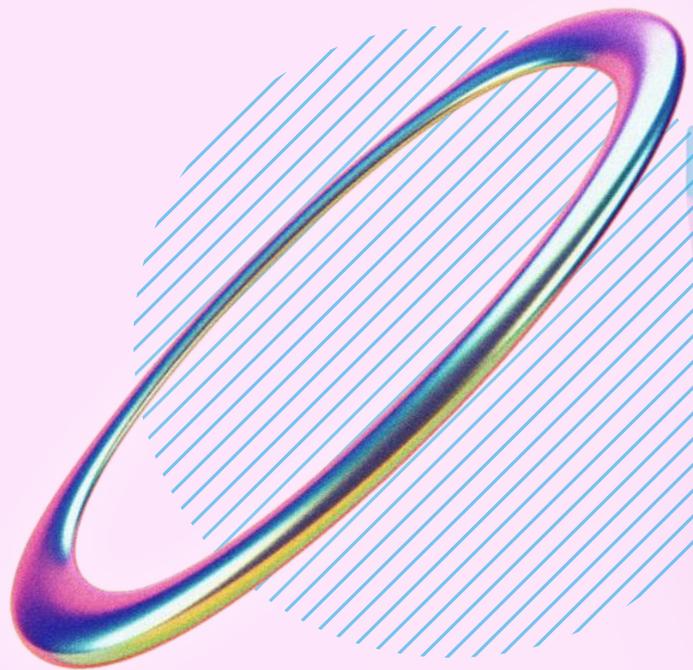


Quali sono i rischi in cui si può incorrere

In cima all'elenco delle priorità dovrebbe esserci **il rispetto di conformità fiscali e legali**, oltre ai problemi di sicurezza informatica, scam e truffe.

Il coinvolgimento e le transazioni nel metaverso portano opportunità ma anche rischi o problemi di sicurezza, che ancora vanno tracciati, testati e risolti.

Se consideriamo che un'azienda deve abilitare i pagamenti e/o le transazioni utilizzando criptovalute, vanno analizzati tutti gli aspetti, ancora per la maggior parte non normati.



Come un'azienda possiede e può vendere un oggetto digitale?

Allo stesso modo, il metaverso sta creando considerazioni completamente nuove su problemi di conformità, privacy dei dati e requisiti di sicurezza.

Ci sono poi preoccupazioni di carattere ambientale, legate agli standard proof of work di alcuni ecosistemi blockchain. Attualmente Ethereum, dove si sta svolgendo gran parte del mercato NFT mondiale, utilizza ancora una tecnologia a forte impatto ambientale.

Altre questioni importantissime sono la disinformazione, ma soprattutto gli effetti sulla salute mentale delle persone, tra cui l'abbassamento dell'autostima e l'aumento della sensazione di isolamento nel mondo reale.



NUOVI MODELLI B2B E B2C

RINNOVARE IL PROPRIO MODELLO
DI BUSINESS

**MILLER
GROUP**

Make the difference



La compravendita di oggetti digitali (o reali) possono essere vissute da qualsiasi parte del mondo: come ad esempio la possibilità di poter testare i nuovi prodotti Nike in anteprima all'interno dei campi di allenamento virtuali e sperimentare le nuove uscite come se fossero di fronte a te.

Ciò consentirebbe anche la creazione di nuovi modelli di business digitali che prevedono un mondo del tutto digitale.

I mondi virtuali non forniscono solo opportunità nel settore B2C, ma ci sono vantaggi per le aziende buB2B. Ad esempio, uno showroom virtuale immersivo, dove il produttore di particolari prodotti o macchine può mostrare ai clienti come funzionano, in un ambiente totalmente virtuale. Gli utenti possono così testare le loro possibili forniture abbassando enormemente l'effort.

Le imprese che devono raccontare i loro processi produttivi potranno addirittura far visitare i buyer, ricreando una copia digitale dell'azienda.

Da questo punto di vista, il Metaverso diventa uno strumento evoluto che va a sostituire i classici strumenti di promozione, che più comunemente siamo abituati a vedere.

Può sostituire brochure di presentazione, pdf con schede tecniche e tutti i mezzi ad oggi usati per informare i clienti sulla tecnologia di una particolare realtà produttiva.

Tutti i grandi nomi della moda stanno già ripensando il loro modello di business con la vendita di beni che esistono solo nel mondo virtuale.

La vendita di accessori digitali segue le orme di piattaforme di videogame che vendono articoli simili da molti anni, ma in un circuito fino ad oggi "chiuso".

Samsung ha creato un negozio virtuale su **Decentraland**, una replica del negozio fisico situato a New York.

In un periodo storico in cui la pandemia ha reso difficoltoso la visita nei negozi fisici, il metaverso permette agli utenti nuove forme di accessibilità ai prodotti e servizi dei brand, pubblicità, branding e opportunità di marketing.



Sarà interessante vedere come le aziende sfrutteranno questa opportunità nel marketing e advertising, poiché è potenzialmente uno dei settori più grandi dell'economia nel web3.

Ci sono enormi opportunità per il branding e per esperienze pubblicitarie coinvolgenti nei mondi virtuali, dato il pubblico di massa che già popola queste piattaforme.

Sempre più brand stanno implementando una presenza nel metaverso per avvicinare nuovi target e rilanciare il proprio marchio in ottica web3: **Hyundai ha introdotto Mobility Adventure**, un'esperienza di gioco su **Roblox** dove gli utenti possono sperimentare nuovi prodotti di mobilità attraverso gli avatar.

Allo stesso modo **i parchi a tema della Disney** hanno brevettato un progetto in realtà aumentata per sviluppare esperienze interattive per gli ospiti dei parchi tematici: l'obiettivo è **una fusione dei mondi reali e virtuali attraverso proiezioni di effetti 3D negli spazi fisici dei parchi.**

Spazi di lavoro aumentati e virtuali

Invece di vedere le persone tramite uno schermo, potrebbe essere possibile trovarsi nella stessa stanza virtuale, fare brainstorming, scrivere su una lavagna e persino cambiare la stanza in base alle proprie esigenze.

Molti lavoratori hanno passato ore davanti a riunioni su Meet o Zoom durante il Covid. Le aziende tecnologiche che si concentrano sullo sviluppo del metaverso, come Microsoft, stanno usando questo concetto come trampolino di lancio verso la prossima versione di "riunioni virtuali".

Bill Gates ha affermato: "entro i prossimi due o tre anni, prevedo che la maggior parte delle riunioni virtuali si sposterà dalla fotocamera 2D ad uno spazio 3D con avatar digitali".

Questo richiederà visori VR e guanti per la motion capture per rendere le espressioni, il linguaggio del corpo e la qualità delle voci degli altri".

Tali strumenti possono estendere la portata dei lavoratori, consentendo loro di gestire virtualmente compiti complessi e di gestione.





LE PIATTAFORME DEL METAVERSO

TANTI DIFFERENTI MONDI VIRTUALI A SECONDA DEI NOSTRI INTERESSI

Il tema di sviluppo che vedremo nei prossimi 5 o 10 anni sarà l'applicazione dell'interoperabilità e delle interazioni tra mondi virtuali, per gestire il coinvolgimento e le risorse digitali su queste piattaforme, in maniera da creare uno standard applicabile al loro interno: le risorse digitali come gli NFT e le criptovalute potranno essere trasferibili tra i vari mondi virtuali.

Decentraland - è una piattaforma di social/gaming nata su blockchain nel 2015, fruibile tramite browser o visori VR. È divisa in migliaia di appezzamenti terrieri che gli utenti possono acquistare, affittare, vendere e su cui possono costruire, monetizzando le varie esperienze degli utenti. Nella pratica gli utenti possono muoversi come avatar in uno spazio che prende vita e utilità effettiva grazie agli NFT. Al suo interno, i token non fungibili diventano la chiave d'accesso per poter vivere delle esperienze, come visitare musei virtuali, partecipare a iniziative, organizzare incontri e concerti.

Meta - Facebook ha lanciato una sala riunioni virtuale a cui è possibile accedere tramite i visori Oculus VR di proprietà dell'azienda.

Consente di interagire con i colleghi nelle sale riunioni virtuali con il proprio avatar, ma sappiamo che in futuro ci saranno ulteriori sviluppi di applicazione nell'ecosistema del brand Meta.

The Sandbox - è il progetto di metaverso che ha maggiormente beneficiato della visibilità offerta dall'annuncio di Meta. Nel 2021 ha rappresentato oltre il 50% dell'intera attività di mercato, seppure è stato aperto per due brevi stagioni (Alpha season) solo per alcuni utenti. Questo mondo è governato dalla community, che ha già potere di decidere e partecipare attivamente nei processi di sviluppo della piattaforma. Incentivi e monetizzazione coinvolgeranno ulteriormente gli utenti, in modo che la piattaforma su cui viene generato parte del loro reddito rimanga ampiamente accessibile. Come Decentraland, anche The Sandbox è un metaverso dove i giocatori possono acquistare NFT sotto forma di terre virtuali e asset, costruire esperienze di gioco come desiderano, organizzare eventi, ospitare mostre e tanto altro. Fornire ai creatori la proprietà degli oggetti di gioco attraverso lo standard NFT crea un incentivo per i designer, i giocatori e gli artisti a esplorare la tecnologia blockchain in stile "gamification".



Minecraft - Oltre 140 milioni di utenti si collegano regolarmente al mondo di Minecraft, un videogioco dove i giocatori creano il proprio personaggio, nuovi mondi virtuali e risorse digitali. La società è stata acquistata da Microsoft.

Roblox - è nato come un mondo in cui puoi creare i tuoi giochi come utente e consentire ad altri di accedervi. Grazie alle collaborazioni con marchi come Nike e Spotify, ora offre anche asset esclusivi da acquistare per il tuo avatar virtuale.

Somnium Space - un Metaverso VR, basato su blockchain Ethereum. Lo spazio viene utilizzato tramite VR, PC e web, fruibile anche da dispositivi mobile. L'obiettivo principale è l'esperienza di realtà virtuale. All'interno del gioco gli utenti possono acquistare terre, edifici e, ovviamente, costruire una serie di asset.

Microsoft Mesh Platform - Microsoft sta spingendo lo sviluppo della realtà mista (XR). Il primo step potrebbe essere quello di applicare la tecnologia all'interno di Teams. Ciò dovrebbe consentire ad avatar di essere presenti a riunioni e persino utilizzarli in futuro per esperienze di vendita al dettaglio e giochi.

Illuvium - è un videogioco fantasy che mischia un mondo da esplorare e un gioco di battaglia. Il suo scopo è fornire una fonte di intrattenimento sia ai giocatori occasionali che ai fan più accaniti attraverso una serie di funzionalità di raccolta e scambio. I giocatori possono esplorare le terre del mondo di gioco o costruire la propria armata.

Poi c'è Illuvium: Zero che consente ai giocatori di costruire un proprio ambiente che può interagire con il gioco principale. Illuvium: Zero aggiunge la componente del mercato delle terre allo stesso modo di Decentraland o Sandbox.

CONCLUSIONI

Andiamo sempre più incontro alla creazione di molteplici mondi virtuali e utenti che si apprestano a sperimentarli.

Dobbiamo essere pronti al cambiamento, specialmente in termini di abitudini lavorative.

Siamo ancora agli inizi, ma con sviluppi in accelerazione, miliardi di dollari investiti in questo spazio e un'enorme spinta in seguito all'avvento del Covid.

Presto il Metaverso diventerà una parte importante della nostra vita. Il mondo sta costruendo e ridimensionando nuove tecnologie emergenti per modernizzare l'infrastruttura e i modelli di business.

L'utilizzo dei token e l'identità digitale sono due dei pilastri per una continua innovazione e per una ri-organizzazione del Web decentralizzato.

Staremo a vedere se il metaverso sarà l'inizio della nascita di un nuovo ecosistema digitale, capace di accogliere in massa l'utenza digitale di aziende e professionisti, trasformando, ancora una volta, le nostre abitudini e modalità comportamentali.