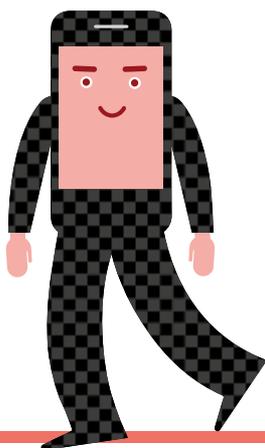


Numero Speciale / Metaverso

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #85



**02/ IL MARKETARO
VIRTUALE**

04/ GESTIRE IL METAVERSO

**06/ FARE AFFARI
CON I PIXEL**

**SAVE THE DATE:
LO SCOPO PROFONDO
CHE GUIDA LE NOSTRE
ATTIVITÀ
ONLINE, 26 SET 2022**

→ https://bit.ly/cfmt_challenge1

The great Metaverse È questo il vero reset?

A differenza di Second Life, il Metaverso è qui per restare? Forse sì, se diventa il nostro universo di riferimento per il ripristino sostenibile. Chi come me ha avuto un po' di tempo e pazienza per ascoltare quello che dicevano i "ragazzi" del World Economic Forum, tenutosi a Davos dal 22 al 26 maggio, ha ora un quadro intrigante e forse chiaro su quelli che possono essere gli obiettivi del Metaverso in termini di governance mondiale. Certo, bisogna essere disincantati, distaccati e un po' cinici per ipotizzare il seguente scenario. Dunque, secondo le previsioni di Bloomberg, il Metaverso raggiungerà gli 800

miliardi di dollari entro il 2024 e questo creerà complessità inaspettate in termini non solo di affari ma anche di governance, etica, effetti sociali e industriali. Tanto che il WEF si sbilancia affermando che le vite digitali diventeranno per noi "più significative delle nostre vite fisiche". Non stupisce quindi che il ceo di Nokia, Pekka Lundmark, affermi sereno che entro il 2030 «gli smartphone saranno impiantati direttamente nel corpo», facilitando sicuramente l'espansione del metaverso. Che al solito dovrà essere inclusivo, sostenibile e sicuro. Dietro le belle parole di circostanza si può però anche leggere altro: infatti, chi

governa il mondo sa che abbiamo un problema con il nostro pianeta. Siamo in troppi, consumiamo troppo e ci muoviamo troppo. Ci vorrebbe solo la metà degli abitanti mondiali, ma siccome la depopolazione è un processo lungo, beh, che almeno metà della popolazione stia ferma e immobile, magari nel Metaverso e con un bel reddito universale per le spese correnti. Ecco, così può funzionare la transizione ecologica. Ci sarebbe ancora da disincentivare le troppe nascite. Ma anche qui viene in aiuto il Metaverso. Basta puntare tutto sui "Tamagotchi kids", prole digitale a buon mercato nel mondo virtuale. Benvenuto Matrix, finalmente sei arrivato.

—Metaverse trend

Segnali in pillole



<https://www.roblox.com>
<https://www.iab.com>
<https://www.anzu.io>
<https://www.kuble.com>

—Il markettaro virtuale

Il marketing verso la meta

Loghi, manifesti e insegne luminose. Anche negli universi digitali la pubblicità è già onnipresente. Parafrasando lo scrittore di fantascienza cyberpunk William Gibson, “il futuro del Metaverso è già qui, solo che non è ancora distribuito in modo uniforme”. In effetti, l’universo di cui tutti parlano ne è un buon esempio. I mondi paralleli digitali esistono da molto tempo e sono in rapida crescita. Ad esempio, 43 milioni di persone si immergono ogni giorno nell’universo di Roblox, noto gioco online. Non solo. Nel 2020 i giocatori hanno speso 54 miliardi di dollari in beni virtuali, ad esempio per vestire il proprio personaggio di gioco (avatar) in modo particolarmente elegante, con valute tipo V-bucks di Fortnite per fare acquisti. Anche il marketing (termine tecnico, pubblicità in-game) esiste ormai da tempo, tant’è che ad aprile si è svolta la prima fiera per la pubblicità di questo tipo (Play Fronts, iab.com). Nel frattempo, nuove agenzie come Anzu si specializzano nella pubblicità dei giochi. Tra i format più collaudati e affermati troviamo manifesti digitali, anche interattivi, che sovrastano le città virtuali; beni virtuali con cui le aziende lanciano versioni digitali dei loro prodotti, vedi Nike con le prime scarpe da ginnastica virtuali (modello Nike Dunk), con certificato digitale di proprietà sotto forma di token non fungibile (NFT); caccia al tesoro virtuale per far interagire l’utente con il vostro marchio aziendale e, ovviamente, eventi che nei mondi digitali continuano a godere di grande popolarità, come dimostrano i concerti con DJ o artisti pop famosi che attirano milioni di utenti. Tempo di buttarsi nella mischia.





—Hallo Holo meeting

Incontri ravvicinati del terzo impiegato

Gli incontri nel Metaverso fanno già parte della vita quotidiana dell'agenzia di social media e strategie digitali Kuble a Zurigo. I dipendenti possono indossare occhiali e caschi per la realtà virtuale e chattare con i colleghi anche nei mondi virtuali come Decentraland. Questi incontri, in cui i partecipanti appaiono come avatar, sono destinati a sostituire, e comunque affiancare, i formati convenzionali come le video chat. Ma perché tutto questo? Il fondatore dell'agenzia Gustavo Salami afferma: «Il vantaggio principale è la sensazione di essere seduti nella stessa stanza con gli altri dipendenti». Soprattutto, l'acustica è migliore che in una videoconferenza di gruppo. Certo, dopo un po' ti viene la nausea e a lungo andare anche la cervicale. Insomma, questo modo d'incontrarsi funziona se offre qualcosa in più delle videoconferenze. I meeting con ologrammi, per esempio, hanno senso quando viene mostrato o spiegato qualcosa di tangibile perché un ologramma dice più di mille parole e funge da tutorial in mille circostanze.

—Tamagotchi Kids

Prole digitale

Come risolvere il problema del sovrappopolamento? La nota politica del figlio unico, abolita poi dalla Corte Suprema cinese nel 2013, pare non dare frutti. La vera soluzione è abbandonare il mondo reale e convincere tutti a "procreare" nel mondo virtuale. Ridicolo e disumano? Forse, ma intanto alcuni media cominciano a cercare di convincere le persone che avere figli non è cosa buona e giusta per il clima. Molto meglio creare o, anzi, disegnare bambini virtuali da accudire nel Metaverso. Costa meno e non rompono le scatole. Sul quotidiano *The Guardian*, l'esperta di turno di intelligenza artificiale, Catriona Campbell, ne decanta le lodi. I figli digitali sono belli come tu li vuoi e ogni genitore utente potrà sentire, vedere e parlare con il bambino immaginario. E se dovesse mancare il tempo da dedicare al bambino o il carattere non dovesse essere di gradimento, basterà abbandonare, pardon annullare, l'abbonamento per dedicarsi ad altro, sempre nel Metaverso.



—Metaverse management

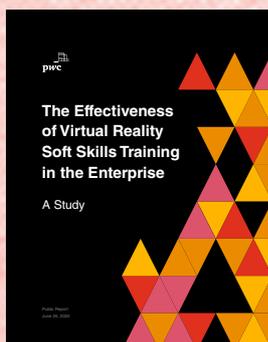
Gestire a occhi chiusi



<https://www.mindgrub.com>
<https://tinyurl.com/4cabzmu3>
<https://www.virbela.com>
<https://www.3dlernwelt.com>
<https://decentraland.org>
<https://www.sandbox.game/en/>
<https://spatial.io>
<https://hubs.mozilla.com>
<https://www.rondayapp.com>



SCARICA LO STUDIO:
 THE EFFECTIVENESS OF VIRTUAL
 REALITY SOFT SKILLS TRAINING
 IN THE ENTERPRISE DI PAC
<https://tinyurl.com/3p99eh6k>



—Ci siamo trasferiti

La nuova sede è nel Metaverso

Capita di cambiare sede e uffici e di doverlo comunicare a clienti, fornitori e partner. Ma non capita spesso che un'azienda si trasferisca in blocco (solo) nel Metaverso. È capitato all'imprenditore Todd Marks che, dopo la pandemia (dopo per modo di dire), e dopo un lungo periodo di lavori forzati in remoto, anziché riaprire gli uffici ha deciso di trasferire la sua agenzia Mindgrub Technologies nel mondo parallelo digitale. Dipendenti e collaboratori continuano a lavorare in modalità home office, ma di tanto in tanto possono indossare occhiali VR e frequentare la versione replicata al computer del loro vecchio ufficio e incontrare i loro vecchi colleghi in versione avatar. Giusto: come scrisse Aristotele, "l'uomo è un animale sociale", ora solo digitale. Chissà cosa avrebbe detto il filosofo greco di tutto ciò, dato che considerava già la civiltà della scrittura un impoverimento rispetto alla cultura orale. Ma indietro non si torna. Come dice Marks, «qui le persone possono lavorare insieme in modo del tutto naturale». Sarà.



—Avatar nell'aula Formazione nel Metaverso

Il mega Business Forum che non ti aspetti. Duemila persone in sala senza mascherina e neanche un caso di Covid. Facile quando il pubblico è composto di soli avatar. Questo potrebbe essere il futuro dei nuovi zombie pixellati a dovere. Nello spazio virtuale si insegna e si impara meglio, promettono le piattaforme come Virbela, che riuniscono le persone per lavorare, imparare, incontrarsi e formarsi in un mondo virtuale da qualsiasi luogo. Secondo i soliti autonominatosi esperti in qualche cosa, il Metaverso e la simulazione della vita reale sono molto più coinvolgenti delle classiche e piatte video chat e conferenze. È tutto come nella vita vera e i partecipanti possono iniziare subito a parlare, in corridoio o in ascensore, prima di recarsi nelle sale. Solo il viaggio viene omesso e i relativi costi, ma anche il business per alberghi e centri congressi. Aziende come Continental e DB (ferrovie tedesche) hanno già utilizzato i workshop di 3D-Lernwelt per fare team building e sviluppo della leadership. Vivere dalla scrivania e vivere di avatar. Può funzionare una o due volte. Se tutto questo diventasse una regola, allora anche i manager faranno la fine dei hikikomori giapponesi, chiusi per sempre nelle loro camere.

—Recruiting virtuale A caccia nel Metaverso

Sospettate che i migliori talenti si siano imboscati nel Metaverso? Beh, stanateli e reclutateli, magari anche con eventi ad hoc, come ha fatto la società di consulenza PwC nel Regno Unito, con il mondo 3D chiamato Virtual Park, dove si tengono regolarmente eventi di career day popolati da giovani avatar che incontrano i selezionatori in contrasto informale e virtuale, molto gradito dai giovani. Tra l'altro non si tratta solo di chiacchierare e selezionare, ma anche di testare facendo giocare i candidati nel Metaverso con varie prove di abilità facili da allestire in un ambiente da videogioco (esempio: ripara una turbina eolica alta 280 metri in mezzo al mare). Inoltre, i candidati possono anche farsi un'idea dell'azienda e dei lavori con dei tour virtuali che simulano il contesto della vita lavorativa. Costoso? Dipende. Non dovete per forza creare un vostro mondo virtuale. Basta inserirsi in metaversi esistenti e lì allestire un edificio aziendale che organizza eventi virtuali. Quelli più noti al momento sono Decentraland e The Sandbox. Poi ci sono le applicazioni aziendali come Spatial, Mozilla Hubs e Runday. Funziona? Beh, in termini di employer branding potrebbe. Per dire, la filiale virtuale dell'azienda di scarpe da ginnastica Vans nel gioco Roblox è già stata visitata da 40 milioni di persone.



—Metaverse market

Una gallina virtuale dalle uova d'oro?

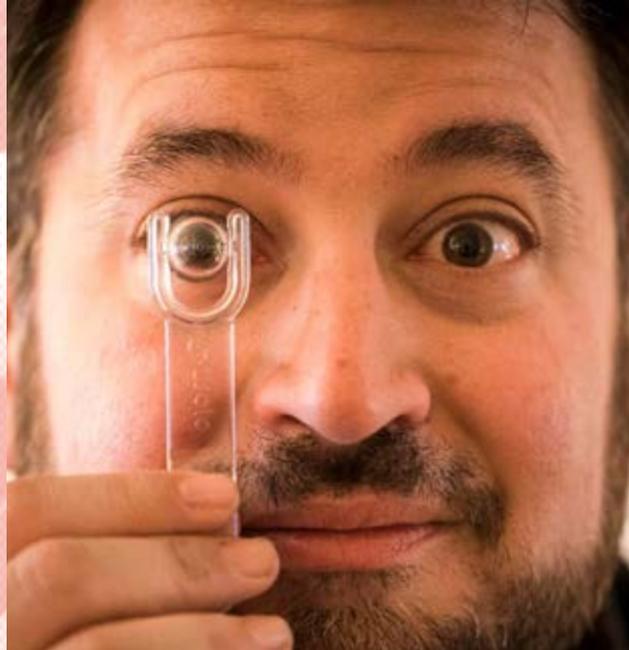
Ogni anno Fortnite vende ai giocatori oltre 3 miliardi di dollari di articoli digitali per la persona, diventando così un'azienda di abbigliamento più grande, per fatturato, di diverse case di moda globali. Molto bene. Ma è solo un gioco questo Metaverso?



—Fare affari

Proprietà virtuale ben poco vale

Sembra tutto facile. Ciò che vale nel mondo reale vale anche in quello virtuale, e viceversa. Non proprio. Sono molte le insidie quando si acquistano beni nel Metaverso, soprattutto il mercato immobiliare riserva brutte sorprese. Nel 2021 una società immobiliare statunitense ha acquistato un terreno di 8 chilometri quadrati al prezzo di 4 milioni di dollari. Ovviamente non si trattava di un terreno vero e proprio, ma, per dirla in parole povere, di un'area di pixel. Quel terreno esiste solo nel mondo digitale di The Sandbox e l'atto di proprietà è il famigerato token non fungibile (NFT). Molti danno per scontato che la società immobiliare sia per sempre proprietaria del terreno virtuale. Ma questo non è vero. João Marinotti, esperto legale statunitense, avverte: «La proprietà nel Metaverso non è paragonabile alla proprietà nel mondo reale. Gli utenti rischiano costantemente di essere espropriati».



—Reality check Tanto rumore per nulla?

Vivere come nel film di Spielberg *Ready Player One*? Appunto, aspettiamo il 2045: è quello l'anno in cui l'umanità si rifugia, per disperazione, nella realtà virtuale di Oasis. Per imprese e manager la domanda fatidica è sempre: quando? Quando si apre (se si apre) veramente il Metaverso? Ricordiamoci del fiasco di *Second Life*, che fu lanciato nel 2003 e festeggiato in pompa magna da buona parte dei markettari eccitati, e che le previsioni di allora suonavano corpose come quelle di oggi al grido "l'umanità intera sta entrando nella virtualità". Insomma, gli esperti sono più cauti sulle previsioni della realtà virtuale. Giusto così, perché il Metaverso è ancora lontano da una convincente affermazione, per molte ragioni. Cosa rallenta l'universo parallelo virtuale? Beh, intanto i goffi e pesanti occhiali o caschi VR che sono scomodi, brutti e fastidiosi (nausea e cervicale) e fra 20 anni si vedranno solo nei musei come innovazioni mal riuscite. Andreste in giro con uno smartphone grande come un frigo? Poi, ancora, molte connessioni non sono sufficientemente veloci per le applicazioni 3D ad alta intensità di dati. Diciamo le cose come stanno. Attualmente il Metaverso offre ben poco se non una replica del mondo reale mappato digitalmente. Certo, il mondo dei giochi è un business già consolidato e infatti rappresenta il 90% delle applicazioni metaverse. E poi? Per una grande svolta ci vuole tempo (2040 e dintorni) e nuove tecnologie per passare dal mondo reale a quello digitale in modo immediato. Potrebbe trattarsi di lenti a contatto con display (vedi link: <https://www.mojo.vision>) o di interfacce cerebrali. Vedremo.

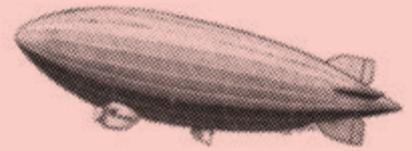
—Il pixel è mio E lo gestisco io

Ovvero: come una proprietà da un milione di dollari può sparire da un giorno all'altro senza che voi possiate dire ah. Supponiamo che la vostra azienda acquisti un terreno nella migliore posizione del mondo digitale per 100.000 euro e riceva un NFT come titolo di proprietà. In tal caso, il gestore della piattaforma in questione può ancora escludervi dall'utilizzo e voi non potete più accedere alla vostra proprietà. Le clausole della piattaforma The Sandbox, ad esempio, stabiliscono che l'operatore può anche cancellare un account utente senza fornire una motivazione. Inoltre, molte piattaforme si riservano il diritto di modificare il contratto di licenza in qualsiasi momento senza alcun commento. Prendiamo Fortnite, che gira sui server del produttore Epic Games. È l'operatore che decide cosa succede agli oggetti virtuali (case, vestiti degli avatar, armi) presenti nei database. Questo è regolato dal contratto di licenza con l'utente finale, che – come dimostrano molti studi – il 98% clicca senza leggere. Insomma, in caso di controversie, avrete brutte sorprese, soprattutto se il gruppo IT è domiciliato all'estero. Passeranno molti anni prima che il legislatore garantisca un minimo di ordine nello spazio virtuale.



METAVVERSE FOR DUMMIES

L'ABC



Cos'è il Metaverso?

Il Metaverso è una simulazione di mondo creato da un computer. Il suo aspetto visivo può essere fumettistico o piuttosto realistico con persone, edifici, automobili, paesaggi. Gli utenti si muovono in questo mondo con un rappresentante digitale, il famoso avatar, che può, ma non deve, assomigliare alla persona reale. In linea di principio, un metaverso può essere vissuto anche in modo "piatto", cioè sul monitor di un pc. Ma per una vera immersione in questo mondo, l'utente deve indossare un casco VR o AR.

Quando arriva il Metaverso?

Il Metaverso è già qui, fra noi. I mondi dei videogiochi, come Roblox o Fortnite, sono già a tutti gli effetti dei metaversi. I giocatori possono muoversi liberamente senza che venga loro assegnato un percorso da seguire. Piattaforme come "Decentraland" o "The Sandbox" sono più simili a un gioco di pianificazione economica. Qui gli utenti possono acquistare terreni e fare commercio anche con beni virtuali che valgono denaro reale.



Perché il Metaverso prende piede proprio ora?

Le simulazioni 3D richiedono una grande potenza di calcolo e una connessione internet veloce. Entrambe erano carenti fino ad ora (vedi il flop di Second Life). Ora il cloud computing e il nuovo standard di telefonia mobile 5G creano le basi per un'immersione stabile, ovunque. E poi le nuove generazioni "artificiali", cresciute con Fortnite, adorano mondi popolati dai loro avatar che esistono solo nel computer. Di fatto, questo universo parallelo non è altro che un'estremizzazione dei videogiochi più in voga.

Perché le aziende dovrebbero immergersi nel Metaverso?

Come dicono all'Ibm, per esserci e vedere cosa succede. Comunque, due sono le opportunità, interessanti per quasi ogni impresa.

- 1) Gestionale. Un'azienda può creare un ufficio proprio nel Metaverso in cui i dipendenti collaborano indipendentemente dalla loro ubicazione, in un contesto più naturale ed efficace rispetto agli scambi tramite videoconferenza o chat di testo.
- 2) Commerciale. In futuro potrete raggiungere milioni di potenziali clienti attraverso i metaversi. Un test vale la pena farlo.

Trend o hype? Boom o bolla?

La prima ondata di isterico entusiasmo si sta già esaurendo, è vero. Ma ora inizia l'interessante fase di implementazione! Nel prossimo decennio le opportunità offerte dal Metaverso diventeranno gradualmente evidenti. Chi le esplora oggi può quindi agire rapidamente. E poi, con la pandemia, ci siamo già abituati a un confinato Metaverso (lavoro in remoto) che ci è andato spesso di traverso.