

METAVERSO



LA TIMELINE DEL METAVERSO

Realtà virtuale condivisa tramite Internet, dove gli utenti interagiscono in 3D tramite il proprio avatar

The history of the metaverse



Definizione: È una rete composta da mondi virtuali collaborativi e immersivi, dove un numero illimitato di utenti può usare avatar per interagire, lavorare, effettuare acquisti e partecipare a varie attività

Caratteristiche:

- il realismo immersivo, ossia la percezione di realtà nell'esperienza sensoriale virtuale, un'esperienza che esiste in tempo reale (*live*)
- la persistenza, ossia il continuo funzionamento di questi ambienti
- l'interoperabilità, ossia la possibilità per gli utenti di spostarsi tra i mondi virtuali senza interrompere l'esperienza immersiva
- la partecipazione contemporanea di più persone (socialità) a esperienze sincrone tramite avatar, ossia rappresentazioni virtuali delle persone
- lo sviluppo di una propria economia nella quale singoli e aziende possono creare, possedere, investire, vendere e guadagnare

Tecnologie abilitanti:

1. Universi in 3D



2. Realtà aumentata



3. Realtà virtuale (con visori)



4. Blockchain



DEFINIZIONE DI METAVERSO

Tecnologie abilitanti:

1. **Universi in 3D:** tecnologia che permette la visualizzazione tridimensionale di immagini o l'interazione con ambienti tridimensionali (come la grafica 3D nei videogiochi)
2. **Realtà virtuale (con visori):** tecnologia che permette di immergersi in un ambiente simulato. Questo ambiente può essere una ricostruzione di un luogo reale o un mondo completamente immaginario. L'esperienza di realtà virtuale è resa possibile attraverso l'uso di dispositivi specifici, come visori e guanti, che permettono all'utente di interagire con l'ambiente virtuale
3. **Realtà aumentata:** tecnologia che permette di arricchire la percezione sensoriale del mondo reale con elementi digitali come suoni, video, grafica o dati GPS. Questi elementi digitali sono sovrapposti alla realtà fisica, permettendo all'utente di interagire con l'ambiente circostante in modi nuovi e migliorati
4. **Blockchain**

AR, VR, MR, XR: i significati

Augmented reality (AR): visualizzazione in tempo reale di contenuti digitali sovrapposti alla scena del mondo reale

Virtual reality (VR): simulazione digitale di un ambiente reale o immaginario in cui l'utente può interagire

Mixed reality (MR): la coesistenza dinamica di contenuto virtuale e reale nello stesso spazio

Extended reality (XR): insieme di tutte le tecnologie immersive (AR, VR e MR)

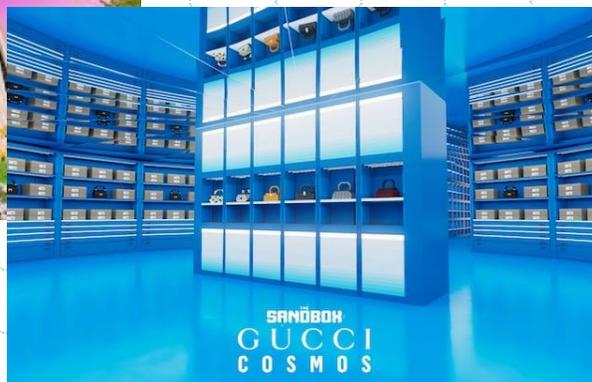
I PROTAGONISTI DELLA CRESCITA ECONOMICA DEL METAVERSO

Grandi imprese tecnologiche: es., Meta, Microsoft, Apple, Alphabet, Nvidia

Venture capital: es., OpenSea (NFT marketplace)

Imprese di marca: al di fuori dal settore tech, sono le imprese che sviluppano strategie di marca nel metaverso (es., Balenciaga ha creato una nuova divisione aziendale interamente dedicata al Metaverso).





UN NUOVO UNIVERSO NIKELAND SU
ROBLOX



Blockchain & Non-Fungible Tokens (NFT)

Cosa sono gli NFT

Opportunità per i brand

Esempi

Un blocco nella blockchain contiene dati di transazione codificati. I dati possono includere informazioni come **data, ora, luogo, denaro trasferito, identità dell'acquirente e del venditore, ma anche immagini, testi, suoni o altre informazioni rilevanti.**

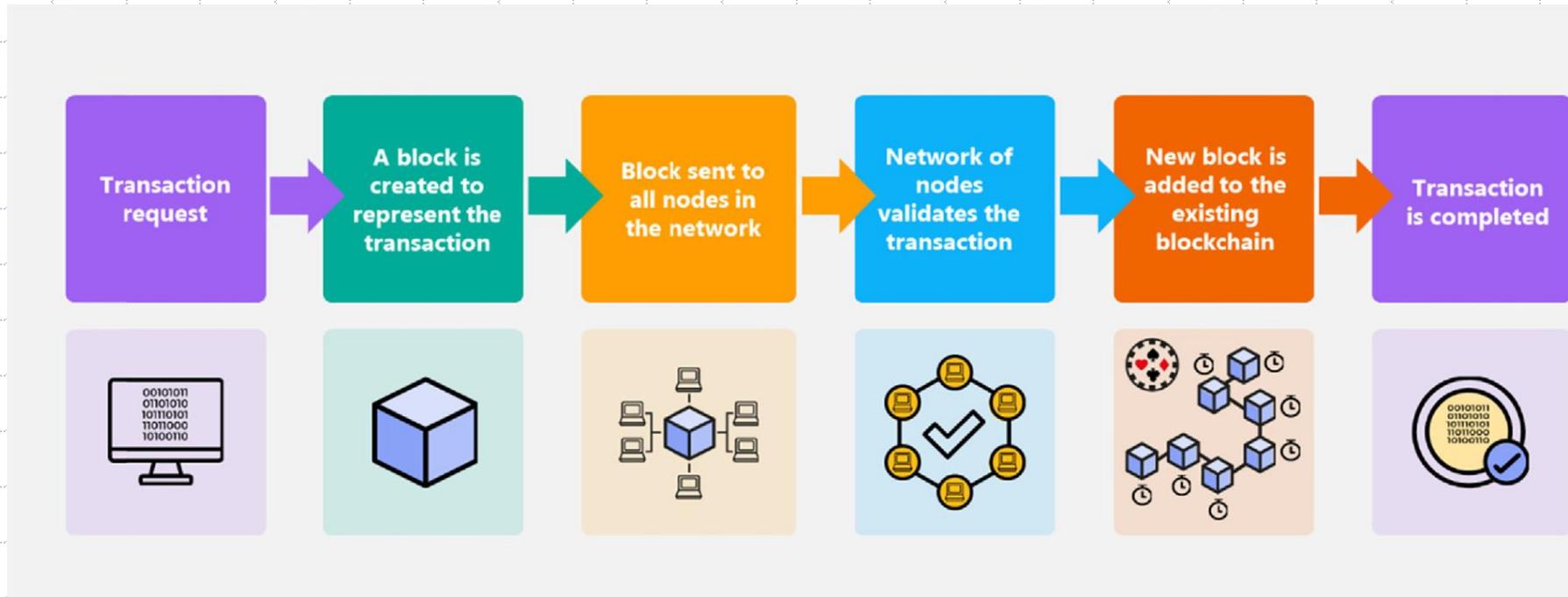
Ogni blocco ha **un'impronta digitale unica**, chiamata hash. L'hash identifica in modo univoco un blocco e tutti i suoi contenuti.

Una eventuale modifica del blocco **causerà la modifica dell'hash**. Pertanto, l'hash forma una firma crittografica che protegge il blocco e non può essere facilmente manipolata o attaccata.

Ogni nuovo blocco nella catena è collegato al blocco precedente - l'ultima riga nel blocco è la prima riga del blocco successivo.

Le transazioni blockchain avvengono all'interno di una rete peer-to-peer di computer distribuiti globalmente, chiamati nodi. **Ogni nodo mantiene una copia della blockchain** e contribuisce al funzionamento e alla sicurezza della rete.

Ogni volta che un nodo vuole integrare il nuovo blocco in una catena esistente, tutti gli altri nodi devono verificare il blocco per assicurarsi che non sia stato alterato. Qualsiasi modifica nel blocco causerà la modifica dell'hash e creerà un'interruzione nella catena che diventa nota a tutta la rete. **Pertanto, la storia del blocco non può essere alterata a posteriori.**



Peres, R., Schreier, M., Schweidel, D. A., & Sorescu, A. (2023). Blockchain meets marketing: Opportunities, threats, and avenues for future research. *International Journal of Research in Marketing*, 40(1), 1-11.

Blockchain-enabled advances (BEAs)

State-of-the-art innovations (e.g., ideas, products, or services) based
on blockchain technology

Smart contracts

Cryptocurrencies

Play-to-earn
games

Non-fungible
tokens

Hakkarainen, T., & Colicev, A. (2023). Blockchain-enabled advances (BEAs): Implications for consumers and brands. *Journal of Business Research*, 160, 113763.

- NFT è l'abbreviazione di "Non-fungible Token"
- "Asset crittografici su blockchain con codici identificativi e metadati univoci che li distinguono gli uni dagli altri" (Peres et al, 2022)

fungibile

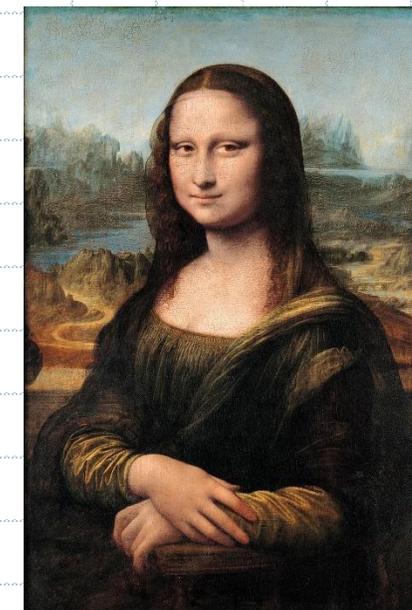
/fun-gi-bi-le/

aggettivo

1. Di bene privo di una individualità specifica e pertanto passibile di sostituzione e di scambio (per es. il denaro).
2. **ESTENS.**
Di cose o persone che possono essere usate l'una in sostituzione di un'altra; intercambiabile, sostituibile.



fungible



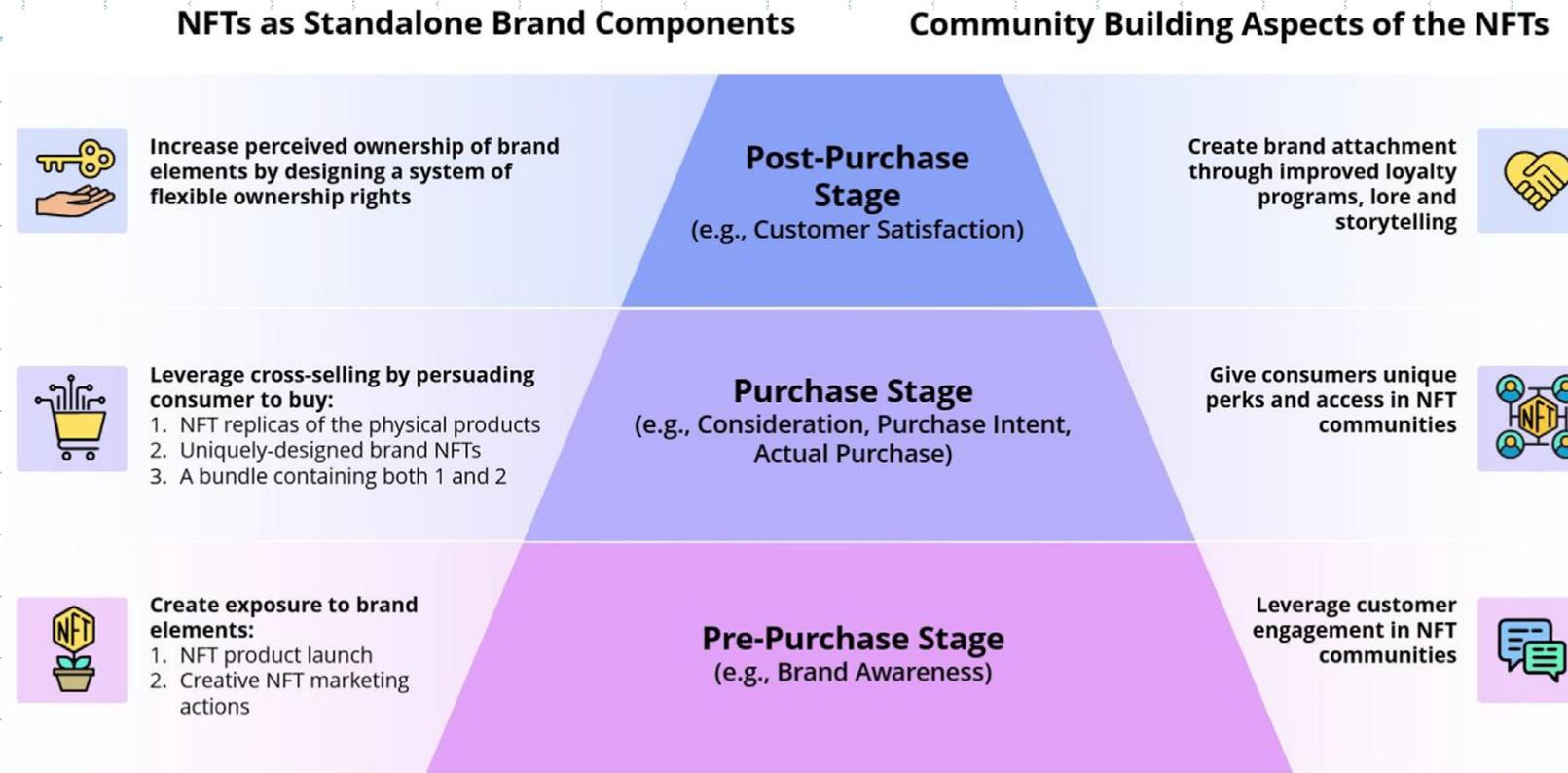
non-fungible

Cosa sono gli NFT



The Bored Ape Yacht Club

Casi di utilizzo	Descrizione	Esempi
Digital Collectibles	Collezionare asset digitali, a volte solo per il gusto di farlo, a volte per speculazione o guadagnare qualcosa	Carte collezionabili digitali, arte digitale
Token-enabled Access	Sbloccare un servizio o un'esperienza specifica con l'NFT che rappresenta la chiave. Chiunque abbia la chiave può accedere	Accesso a contenuti, biglietti per eventi, abbonamenti
Digital Identity	Raccolta di informazioni generate, create o accumulate da una persona o organizzazione	Nomi utente, avatar digitali, o nomi di dominio
Digital Products	I prodotti digitali possono far riferimento a qualsiasi bene o servizio	Digital wearables, digital twins, beni phygital
Digital Real Estate	Prova della proprietà di beni immobili nel mondo reale o virtuale	Proprietà nel metaverso, quota di proprietà di un vero immobile
Proof-of-X	Dimostrare la realizzazione, il possesso, il diritto di utilizzo di qualcosa	Laurea, proprietà intellettuale
Contribution Token	Il diritto di contribuire a una decisione, prodotto, servizio o qualsiasi altro progetto	Diritto di governance, co-creazione di contenuti



The Marketing Funnel

Colicev, A. (2023). How can non-fungible tokens bring value to brands. *International Journal of Research in Marketing*, 40(1), 30-37.

Fashion



Entertainment & Media



Food & Beverage



Automotive & Mobility



Sport



Beauty & Cosmetics



Technology



Watch



Hospitality



Consumer Goods



Prof. Services



Travel



Public



Financial Services



Academia



Fashion

ABOUT YOU



alo
yoga

asics

BALMAIN
PARIS

bugatti
GRUPPE



D&G
DOLCE & GABBANA



GAP



GUCCI

HIGHSNOBIETY

BOSS
HUGO BOSS



KITH

LACOSTE

level
SHOES



PRADA



RIMOWA



Wrangler



Perché i brand utilizzano gli NFT?

1. Per generare profitti tramite le vendite e le royalties

Query results Consolidated Brands Stats Final Table (Official)  @kingjames23

Rank	Title	Total Transactions	Secondary Volume	Primary Sales Revenue	Total Royalties	Total NFT Revenue
1	Nike	67,251	\$1,293,959,811.39	\$93,104,204.25	\$92,165,461.48	\$185,269,665.73
2	Dolce & Gabbana	9,036	\$20,166,188.96	\$23,136,074.46	\$2,515,055.20	\$25,651,129.66
3	Tiffany	74	\$3,403,933.72	\$12,622,377.00	0	\$12,622,377.00
4	Gucci	3,993	\$31,046,025.35	\$10,004,853.25	\$1,552,301.27	\$11,557,154.52
5	Adidas	51,449	\$175,651,669.33	\$6,201,058.63	\$4,742,595.07	\$10,943,653.70
6	Budweiser	4,122	\$6,572,572.87	\$5,883,246.00	0	\$5,883,246.00
7	Time Magazine	6,413	\$31,257,344.11	\$1,476,939.62	\$3,125,734.41	\$4,602,674.03
8	Bud Light	10,517	\$3,321,306.26	\$3,997,581.00	0	\$3,997,581.00
9	A0	9,608	\$8,063,014.82	\$1,495,841.27	\$201,575.37	\$1,697,416.64
10	Lacoste	11,572	\$2,615,699.72	\$1,004,125.02	\$104,627.99	\$1,108,753.01
11	Nickolodeon	7,296	\$2,619,830.09	\$320,650.00	\$261,983.01	\$582,633.01
12	McLaren	2,048	\$2,574,000.16	\$204,294.36	\$128,700.01	\$332,994.37
13	Pepsi Mic Drop	3,384	\$11,027,156.63	0	0	0

2. Per incrementare il valore per il cliente, in vari modi



Nel 2022, Alfa Romeo è stata la prima casa automobilistica a introdurre la tecnologia NFT nelle sue vetture. Attraverso l'utilizzo di un NFT immutabile, i proprietari attuali e futuri dispongono di informazioni esenti da manomissioni sullo stato dell'auto (chilometraggio, danni, controlli). Ciò contribuisce ad aumentare il valore nel mercato secondario.

Opportunità per i brand



Il lancio della nuova Renault 5 è stato anticipato da una campagna NFT nel 2023 e una di pre-commercializzazione nel 2024.

Opportunità per i brand



Dior

Nel 2023 ha lanciato una collezione di sneakers, B33, dotate di NFT ed NFC.

Le sneakers sono dotate di chiavi crittografate che garantiscono ai proprietari l'accesso a una piattaforma e servizi esclusivi.

Ogni paio di scarpe è collegato a un "Digital Twin" unico.

Questo tipo di applicazione è un esempio di utilizzo degli NFT per garantire l'originalità del prodotto.

The bigger picture

