Testata
La Provincia di Como

data pubblicazione
24 ottobre 2022

I tre campi del metaverso Le opportunità di business nel nuovo universo ibrido

Il confronto. Convegno di Confindustria Como e Aippi con esperti e imprese
Applicazioni diverse: intrattenimento, relazioni, lavoro, processi industriali

EMANUELA LONGONI

Qualcuno lo ha definito il futuro di Internet. Di certo sarà un ambiente nuovo in cui incontrarsi, lavorare, socializzare, giocare. Ma rispetto a uno scenario ancora all'orizzonte, quali concrete opportunità di business cela il metaverso? E quanto è utile oggi preoccuparsi di questo nuovo universo?

Il tema è stato al centro di un convegno organizzato da Confindustria Como e Aippi- Associazione Internazionale per la Protezione della Proprietà Intellettuale. Tra i relatori, Paolo Costa, socio fondatore e direttore marketing di Spindox e docente all'Università di Pavia,che ha introdotto la platea degli imprenditori al mondo del metaverso, una rappresentazione virtuale della realtà in cui le persone possono interagire tra loro, attraverso avatar personalizzabili. Un mercato che si connota per le enormi prospettive di sviluppo.

Con oltre mille dipendenti e tra le prime 50 aziende italiane nel settore Ict per volume d'affari e tasso di crescita, Spindox ha lanciato a settembre Ultra, società del gruppo che opera nel mercato legato alle applicazioni di realtà virtuale, realtà aumentata e realtà mista o ibrida, realizzando applicazioni esclusive e gestendo tutta la filiera creativa, produttiva e commerciale. Il potenziale può riguardare

L'incontro sul metaverso nella sede di Confindustria Como

campi come la formazione, in particolare quella legata alla sicurezza sul luogo di lavoro, l'architettura, i musei, il settore fieristico, il gaming, l'e-commerce, il mercato immobiliare, del turismo, dello spettacolo e del fitness.

«Può essere opportuno - spiega il manager - dividere queste esperienze in tre grandi categorie utilizzando una classificazione adottata recentemente da Microsoft nel summit annuale. Parliamo di Consumer metaverse, Commercial metaverse e Industrial metaverse. Nello specifico io mi occupo del secondo e terzo ambito, anche se il primo non è meno importante e non ha meno implicazioni per il business di una media azienda italiana».

Il consumer metaverse riguarda le applicazioni e i servizi che hanno lo scopo di migliorare le esperienze sociali, il benessere nella vita degli individui e di offrire nuove forme di intrattenimento. «Siamo abituati ad usare Internet come web bidimensionale o piatto, ma è un'esperienza povera e che impoverisce, tanto è vero che ci fa rimpiangere le riunioni in presenza - continua Costa - un grande retailer del fast fashion con più di 1.500 punti vendita in Italia e all'estero ci ha chiesto invece di creare un metaverso per il kick-off di un grande progetto che doveva coinvolgere circa 40 persone dislocate in varie parti d'Italia. Dopo un breve addestramento, queste persone si sono presentate con il loro avatar e hanno vissuto in modo molto più attivo e coinvolgente la riunione».

Il Commercial metaverse riguarda le tecnologie e i servizi che permettono di migliorare la relazione e la collaborazione fra le persone negli ambienti di lavoro e fra le organizzazioni e i propri stakeholder ed è utilissimo ad esempio per la presentazione di un prodotto.

«Possiamo prendere ad esempio la rappresentazione virtuale dello stand di Maschio Gaspardo, azienda leader nella produzione di macchine agricole che esporta in tutto il mondo. Una mietitrebbiatrice raggiunge ad esempio i 4 metri di dimensione; l'azienda perciò ha sempre partecipato alla fiera agricola di Verona affittando una superficie espositiva di 150 mq per esporre le proibire macchine. Quest'anno le cose sono andate diversamente; ha messo una sola macchina e ha realizzato un corner dove i visitatori, indossando un visore, potevano fare esperienza dei prodotti nuovi attraverso l'applicazione che consentiva al potenziale cliente anche di entrare nel motore e di esaminare i particolari».

«Oggi Internet è un'esperienza bidimensionale e impoverisce»

I visori 3D utilizzati nell'ambito delle esposizioni

L'industrial metaverse riguarda le applicazioni per l'ottimizzazione dei processi industriali e della supply chain nelle fasi di progettazione, produzione e gestione delle operations di una sterminata tipologia di prodotti.

Ci sono applicazioni che potenziano l'esperienza virtuale del territorio e che rendono possibile l'accesso all'offerta di questo in un modo nuovo; sono tecnologie che rendono più accessibili le opportunità, superando le barriere che oggi ostacolano l'accesso a cittadini con bisogni speciali.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'integrazione chiave con gli Nft Grande sfida per l'e-commerce

Lo strumento
Cecilia Trevisi, legale e partner di Comma10 ha esplorato l'uso dei Non Fungible Token

«La modalità principale per fruire degli Nft (Non Fungible Token) sarà il metaverso e grazie al connubio fra metaverso e Nft si svilupperanno nuove modalità di commercio e business e si apriranno nuovi scenari relativi alla vendita di prodotti online».

Questo quanto ha spiegato Cecilia Trevisi, avvocato, partner di Comma10 e dello studio legale Tebano-Corvucci, durante il convegno "Metaverso: una nuova frontiera per beni e servizi" organizzato da Confindustria Como e Aippi - Associazione Internazionale per la Protezione della Proprietà Intellettuale.

«Gli Nft faranno parte del futuro del commercio - ha continuato Trevisi - sono prodotti nuovi che amplificano l'autorevolezza di un marchio, la sua riconoscibilità e il suo valore - in particolare per quanto riguarda i marchi dormienti o vicino al termine di scadenza; possono servire per abbattere i costi pubblicitari; risolvono il diritto di seguito nel mercato dell'arte, nella gestione delle royalties e nei contratti di licenza; consentono una monetizzazione diretta dei contenuti; possono servire come forma di finanziamento in connubio con altre operazioni e fidelizzano l'utente consumatore perché

Forte attesa per gli sviluppi commerciali del metaverso

insieme al metaverso creano delle community. Obiettivo di queste community è infatti creare un'interazione condivisa, far partecipare e premiare i partecipanti attraverso i token, far rimanere le persone sulle piattaforme e soprattutto sui servizi di e-commerce dedicati dell'azienda».

Facendo però un passo indietro cosa sono gli Nft? A tutti gli effetti sono asset che possono essere comprati e venduti su mercati che permettono aste o accordi privati.

Un Non Fungible Token è in sintesi un "gettone" che attribuisce, a chi ne è in possesso, una proprietà digitale su rete blockchain dove viene creato, incorporando un ID unico che lo rappresenta.

Cosa si nasconde dietro il nome di questa tecnologia? Per farlo occorre partire dal loro opposto: i token o beni fungibili, che non hanno un'individualità specifica e che possono essere sostituiti con altri dello stesso genere. Il denaro, anche quello in forma di banconote, è fungibile per definizione.

Tutto ciò che è in grado di essere digitalizzato può essere trasformato in un Nft, ma nonostante siano già oggi molto popolari, per la maggioranza delle persone non sono ancora parte della vita di tutti i giorni. In realtà chi si occupa di finanza e di investimenti in criptovalute si occupa in genere anche di Nft, perché riconosciuta come tecnologia seria e affidabile, utilizzata da moltissime grandi aziende.

«Entrando nel dettaglio perché funzionino servono alcuni ingredienti - riprende Cecilia Trevisi - un protocollo di rete, un insieme cioè di regole formalmente descritte che definiscono i metodi di comunicazione tra due o più entità; uno Smart contract: software che contiene delle funzioni "if this - then that" che opera su blockchain; la blockchain, che è una tecnologia informatica che contiene delle informazioni immodificabili per dire chi ha che cosa con una registrazione permanente; il token, prodotto digitale/codice generato da uno smart contract e il Wallet, lo strumento tecnologico che serve a costruire e custodire le chiavi di accesso a transazioni in blockchain e che non è altro che l'evoluzione della nostra home banking. Esistono due chiavi, una pubblica e una privata esattamente con la stessa funzione speculare dell'iban e della password per consentire di passare dal portachiavi di un soggetto a un altro semi anonimizzato». **E. Lon.**

Testata
La Provincia di Como

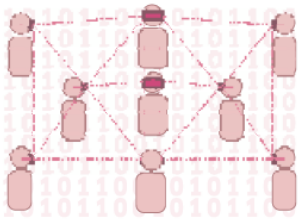
data pubblicazione
24 ottobre 2022

Cosa dovremmo sapere del metaverso

Piaccia o no, ecco uno schema del futuro digitale, del quale ci parlano spesso i guru della tecnologia

Il metaverso è di moda

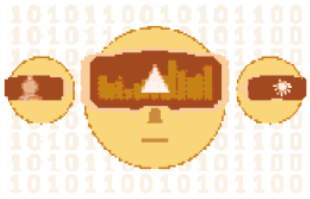
I sostenitori dicono che si lavorerà, si giocherà, si socializzerà, si acquisteranno beni e servizi virtuali attraverso ecosistemi digitali



Facebook, ora ribattezzato Meta, ha investito almeno 10 miliardi di dollari del 2021 nel metaverso

Il metaverso è immersivo

Il metaverso è teoricamente il futuro di internet, un mondo virtuale in 3D dove si potrà interagire tra l'uno e l'altro avatar



Connetterà una molteplicità di piattaforme come oggi internet connette diversi siti web

Il metaverso non esiste

Per certi versi, parlare di cosa significa "metaverso" somiglia alle discussioni degli anni '70 su cosa significa per Internet il termine Wired, connesso

"Stiamo vedendo scorci del metaverso. In realtà viene costruito mentre ne parliamo": Cathy Hackl, Futures Intelligence Group

La sua costruzione esiste

A partire dal 2003, Second Life ha creato una piattaforma che permette agli utilizzatori di interagire come avatar in un mondo virtuale

Società di giochi come Roblox o Epic Games costruiscono piattaforme ed esperienze, come concerti live nel cyberspazio

Attrezzi per il metaverso

- Cuffie e occhiali protettivi
- Microfoni e maschere
- Sensori di movimento
- Tecnologie tattili
  Inclusive di
  - Guanti
  - Canotte
  - Abiti
  - Calzature

  Indossabili in modo da dare un feedback sensoriale

Tecnologie chiave

- Blockchain
  Per
  - Cryptovalute
    Che serviranno per fare shopping nel metaverso
  - Simboli non-fungibili (NFT)
    Segni di proprietà nel mondo digitale
- Inteligenza artificiale
- Banda larga imponente
- Interoperabilità
  Permette agli avatar di tenere la loro ID se cambiano piattaforma

Ci sono interessi seri

Inclusi
ID e protezione dei dati

Sicurezza, come la tutela dei bambini dagli abusi sessuali

Governance

Impronta carbonica

Realtà differenti

- Realtà aumentata
  Elementi digitali sono sovrapposti al mondo fisico
- REALTA' VIRTUALE
  Sensi immersi in un ambiente costruito digitalmente
- REALTA' MISTA
  Include elementi dei due suddetti tipi
- REALTA' ESTESA
  Termine onnicomprensivo di tutte le possibilità digitali

FONTE: Wired/New Scientist/Tech News/Verdict

AFP L'EGO - HUB

La scheda

Ambiente operativo virtuale

Per accedere al mondo del metaverso e comprenderne le implicazioni per il proprio business è necessario chiarire il significato dei termini più comuni.
Il metaverso è un ambiente operativo distribuito su cloud, multi-vendor, immersivo-interattivo, a cui gli utenti possono accedere attraverso diverse categorie di dispositivi connessi (sia statici che mobili). Utilizza le tecnologie Web 2.0 e Web 3.0 e, come proposto dagli attuali innovatori ed esperti, è una piattaforma aperta per lavorare e giocare all'interno di un ambiente virtuale, aumentato, misto o esteso.
L'Nft, o Non Fungible Token, è un bene digitale non intercambiabile come una fotografia, una canzone o un video, la cui proprietà è stata autenticata e memorizzata attraverso la blockchain, che può essere raccolto, venduto e scambiato su varie piattaforme online. Per farlo è necessario avere un Wallet, o portafoglio digitale, che permetta di conservare gli Nft e le criptovalute. E. LON.

Testata
La Provincia di Como

data pubblicazione
24 ottobre 2022

Così la tecnologia diventa innovazione per le aziende

I progetti
Gli interventi di ComoNext dal settore immobiliare al manifatturiero

Perché è arrivato per gli imprenditori il momento di prendere in considerazione il metaverso? A questa domanda ha provato a rispondere Max Bancora, Innovation manager di ComoNext, relatore al convegno organizzato da Confindustria Como e Aippi. «Il metaverso nasce da una normale evoluzione tecnologica con connessioni veloci, potenze di calcolo, miniaturizzazioni e visori che ci permettono di entrare in maniera immersiva all'interno di questi mondi» spiega Bancora.

«In generale - continua - il metaverso permette una migliore interazione umana con una comunicazione effimera, un'incarnazione virtuale e soprattutto l'immersività. Non è più sufficiente, soprattutto per i più giovani, comunicare via testo o con i vocali; si sente il bisogno della gestualità per capire come la persona con cui stiamo parlando cambia l'espressione del volto e la si vuole vedere materialmente mentre si sta interagendo».

Nel mondo virtuale ci sono terreni che possono essere acquistati, per esempio su Decentraland, grazie alla tecnologia blockchain e su cui si può costruire la propria casa e, con il proprio avatar, interagire con un mondo completamente virtuale, organizzando feste o eventi a cui partecipare con altre persone.

«Pur essendo una tecnologia in piena evoluzione - sottolinea Bancora - siamo ancora in fase embrionale tanto che potremmo parlare di "protometaverso"».

A ComoNext non si parla però solo di giochi, video giochi o di esperienze sportive. Si utilizzano le esperienze concrete per trasformarle in progetti di innovazione. Gli ambiti di intervento possono essere la medicina e il mercato immobiliare o l'industria manifatturiera con formazione e manutenzione; possono riguardare nuove esperienze di acquisto per i retailer o la formazione nell'accezione più generale con esperienze museali o classi virtuali delocalizzate.

«Lavoriamo con aziende che fanno formazione sulle macchine utensili ai propri dipendenti - riprende l'Innnovation. Manager di Como Next - diamo loro la possibilità di applicare concetti di realtà aumentata sulle macchine per poter procedere con la manutenzione. Le aziende, da quelle del legno a quelle che producono tessuti, ci chiedono di rendere accessibili per le attività commerciali i loro portafogli, così che potenziali clienti o futuri acquirenti possano visualizzarli. Facciamo progetti di formazione in cui cerchiamo di coinvolgere le persone nei teatri virtuali per trasferire concetti concreti all'interno di mondi non reali».

Il tema dell'interoperabilità, come ricordato anche da Alessandra Vitagliano, avvocato AV&Partners e membro del Comitato Esecutivo di Aippi, è un nodo che dovrà essere sciolto a breve. Al momento tutte le grandi major stanno sviluppando metaversi come fossero silos e che non parlano fra loro. L'esperienza acquisita facendo formazione non può essere spesa in un altro metaverso e lo stesso vale per gli avatar. Le spinte non vanno però nella stessa direzione e a chi spinge verso l'interoperabilità si oppone chi vuole mantenere la proprietà della propria creazione. **E. Lon.**

Super controversie tra i grandi brand Tutelarsi è possibile

Gli aspetti giuridici
L'esperienza degli Usa e i passi necessari per cautelarsi attraverso i contratti

È considerato un modo intelligente, rapido, sicuro ed economico per scambiarsi la proprietà digitale e non digitale delle opere d'arte, tanto che l'Nft associato all'opera d'arte digitale creata da Beeple "Everydays: the First 5000 Days", è stato venduto nel 2021 da Christie's per 69,3 milioni di dollari, all'aumento del volume di scambio di questi asset sono aumentati in modo esponenziale anche le cause legali collegate agli Nft.

Metabirkins, Nike e Pulpfiction, sono tre delle controversie in corso oltre oceano che riguardano le presunte violazioni di copyright e l'uso di Nft da parte di soggetti non titolari dei sottostanti marchi. Hermès ha portato , per esempio, in tribunale un artista digitale per aver venduto Nft non autorizzati della Birkin Bag nel Metaverso, per una cifra a sei zeri.

«Come all'avvento dei primi siti internet c'era chi comprava il dominio di Valentino o Ferrero e poi li vendeva agli effettivi titolari per somme enormi - spiega l'avvocato Cecilia Trevisi - la stessa cosa sta accadendo nel mondo degli Nft; soggetti terzi fanno Nft delle Nike portando alla contraffazione del marchio, alla confusione e alla falsa associazione rispetto all'origine dei prodotti o dei servizi; alla violazione della reputazione del marchio».

Gli aspetti giuridici sottesi agli Nft sono numerosi, ma, con alle spalle 20 anni di giurisprudenza in materia di internet e con gli strumenti a disposizione, possono essere gestiti.

Qualora le aziende decidano di implementare il loro business nella direzione dei Non Fungible Token è necessario però che si tutelino. Si deve intervenire nei contratti in corso, soprattutto nelle definizioni, che devono essere il meno generiche possibile per evitare ambiguità in caso di difformità sulla volontà delle parti; si deve poi intervenire sulle clausole contrattuali, individuare la giurisprudenza e la competenza territoriale; informazioni importantissime in caso di contestazione.

«Bisogna tutelare l'immagine aziendale - interviene Alessandra Vitagliano, Avvocata AV&Partners e membro del Comitato Esecutivo di Aippi - Associazione Internazionale per la Protezione della Proprietà Intellettuale - e salvaguardare la forza del proprio marchio, registrandolo anche nelle classi 9, 35 e 40 che riguardano software e prodotti digitali, lo stesso per nuovi domicili e nuove modalità di notifica inserendoli nella blockchain perchè utili per individuare il proprio interlocutore».

Per quanto riguarda la Cybersecurity si fa riferimento al diritto dei contratti, al codice del consumo e alla privacy, difficile da gestire perché la blockchain è immodificabile e i dati non sono cancellabili; da tenere sotto controllo anche la pubblicità delle immagini e l'Ip right.

È necessario infine intervenire tecnicamente, perché, come è possibile mettere il link all'immagine che ho digitalizzato con l'Nft, così è buona prassi linkare il contratto. «Se l'immagine è stata contraffatta - avvertono le due legali - si può disabilitare l'immagine collegata al singolo Nft svuotandolo del suo valore e agire contro la piattaforma cloud o il provider per chiedere la cessazione dell'archiviazione del file». **E. Lon.**

«Siamo alla vigilia della svolta In 2 anni un visore in ogni ufficio»

La transizione
Luca Ferrario è amministratore delegato della software house DkR con base a ComoNext

Come si sta orientando il mercato? E quali sono gli attrezzi di lavoro per operare nel metaverso? Luca Ferrario è amministratore di DkR, una software house insediata a ComoNext, la cui area VR sviluppa applicazioni native per visori 3D e smart glasses, dal 3D commerce, al marketing esperienziale fino alle applicazioni immersive per gli ambiti più svariati, dalla formazione tecnica, allo sport, al turismo, al mondo immobiliare e a quello industriale e il cui pane quotidiano, come sottolinea il team tecnico, è Realtà virtuale, Unity, fotogrammetrie, video 360, realtà aumentata e realtà mista.

Prima di portare gli imprenditori in sala dentro al metaverso di ComoNext attraverso gli occhi e il visore indossato dall'Innnovotion Manager Max Bancora, Ferrario si è soffermato sui visori, tecnologia abilitante dei nuovi metaversi che a differenza di quelli creati venti anni fa, saranno tridimensionali e immersivi.

Ad oggi un visore costa intorno a 400 euro, prezzo accessibile per il grande pubblico. Con una strategia di lungo periodo già nel 2017 la Social Metaverse company Meta ha acquisito Oculus, azienda

Una dimostrazione con un visore tridimensionale

leader nella produzione di visori lanciando il Meta Quest2 che offre facilità di configurazione e sicurezza d'uso.

«Gli osservatori di mercato - racconta Ferrario - pensano che siamo all'ultimo step prima della diffusione sul mercato di massa; da qui a 24 mesi se non avremo un visore in ogni casa/ufficio poco ci mancherà. Meta Quest Pro, destinato ad un segmento di utenti professionisti, è uscito la settimana scorsa e a gennaio uscirà il visore di Apple e tutti sappiamo che quando Apple sale sul palco è in grado di aprire i mercati».

È necessario ora capire meglio cosa è possibile fare però con i visori e in che modo possano rappresentare una grande opportunità per il business.

«Le tecnologie implicate - spiega l'ad di DkR - sono la realtà virtuale, che vuol dire mondi disegnati al computer con sembianze molto verosimili agli ambienti di lavoro per esempio; la realtà aumentata che permette di vedere ciò che ci è di fronte indossando un visore o gli smart glasses, analizzando contemporaneamente le informazioni in sovrimpressione che possono aggiungere dettagli utili allo scenario lavorativo, come nel caso dell'analisi di un motore leggendo mentre lo esaminiamo l'elenco dei guasti sovrapposto all'immagine. Ci sono in ultimo le tecnologie legate alla fotogrammetria: la ripresa, cioè, a 360 gradi della realtà tramite videocamera. La realtà può essere molto lontana, ma io mi ci posso immergere. Le tecnologie di fotogrammetria sovrappongono alla ripresa una mappatura tridimensionale, a titolo di esempio, degli stabilimenti industriali che voglio far vedere ad un investitore che sta a centinaia di chilometri di distanza, dandogli la possibilità di camminare nella mia nuova linea di produzione».

Se consideravamo importante per l'azienda avere il proprio sito internet e avere un presenza sugli smartphone, nel prossimo futuro questo potrebbe non bastare; sarà necessario avere una vetrina in 3D agganciandosi alla versione immersiva "Microsoft Teams Vr", a breve disponibile sul mercato che ci permetterà durante le riunioni di far apparire il modello di un motore per vedere come sta funzionando effettivamente il macchinario e mentre facciamo la simulazione, interagire con gli avatar delle persone sparse nel mondo che lavorano con noi. **E. Lon.**