



DATA DI PRIMA IMMISSIONE IN EDICOLA: 30 NOVEMBRE 2022

prima

Comunicazione

Una partenza scoppiettante ma poi **Milano-Cortina 2026** è sprofondata nell'immobilismo. C'è voluta la scelta di Giorgia Meloni di nominare **Andrea Abodi** ministro dello Sport per rimettere in moto il futuro dei Giochi e la reputazione dell'Italia davanti al Cio, affidando ad **Andrea Varnier**, uno che se ne intende, il governo della Fondazione



Andrea Abodi,
Andrea Varnier
e Giovanni Malagò

MILANO-CORTINA 2026

L'ultimo slalom

PER SALVARE LE OLIMPIADI

MERCATO & MERCANTI

EDITORIA, AUDIOVISIVO,
TECNOLOGIA, DIGITALE,
COMUNICAZIONE,
PUBBLICITÀ, FORMAZIONE.

MANAGER E STORIE



103

INGRID VENERI
VODAFONE



104

ALESSANDRO MAGGIO
JAKALA



104

EUGENIO MARRARI
COMUNICA



114

STEVEN ZHANG
E REMO RUFFINI
FC INTERNAZIONALE
MILANO,
MONCLER



106

DANIELA
CERRATO,
GIORGY
COLELLA,
BENEDETTA
DE LUCA,
PAOLA
TORRENTE,
ABBIA MASWI
THE WOM



118

97

MARCO SPAGNOLI,
MARCO DURANTE,
FABRIZIO ZAPPI
SOPHIA!,
LAPRESSE,
RAI DOCUMENTARI



108

GIULIO MALEGORI
DENTSU GROUP



110

SALVO MIZZI
RECORDATI PHARMACEUTICALS ITALY

FEDERICO
RAMPOLLA
IPG GROUP



Un'immagine diffusa l'11 ottobre durante Connect, la conferenza annuale di Meta sulla realtà virtuale e aumentata, che per la prima volta si è tenuta in Horizon Worlds, il metaverso di Zuckerberg. "Ci è voluto un gruppo di incredibili talenti per renderlo possibile", afferma Yelena Rachitsky, produttrice esecutiva del metaverso di Meta.

GRANDI AFFARI SUL METAVERSO

Ma non ancora per Zuckerberg

Meta ci ha investito miliardi di dollari, ma i risultati tardano a venire. Vanno invece bene altri attori del settore: giochi, tecnologie, nuove forme di comunicazione dei brand. Come racconta Federico Rampolla, esperto di Internet, nel suo libro 'Dentro il metaverso', che fa capire i nuovi mondi virtuali e chi sono i player che li popolano

Da qualche tempo su Instagram, su Facebook e sulle reti televisive girano delle pubblicità di Meta che descrivono le potenzialità del metaverso, lo spazio digitale tridimensionale all'interno del quale ci si può muovere con il proprio avatar (la propria rappresentazione grafica virtuale), interagire con gli altri, giocare e magari anche lavorare. Di solito i post sponsorizzati attirano pochi commenti sui social. Questi di Meta invece hanno suscitato molte reazioni, in maggioranza negative.

Il contrario di quanto è successo 20 anni fa, quando è stato lanciato Second Life, il primo grande mondo virtuale in 3D su Internet: tutti erano entusiasti per le sue grandi potenzialità e il suo carattere rivoluzionario. Oggi Second Life esiste ancora, ha circa un milione di iscritti,

ma nessuno pensa più che il futuro di Internet passerà da lì.

I comunicati delle aziende interessate ai mondi virtuali, gli articoli delle riviste specializzate e ovviamente i siti di Zuckerberg esaltano il metaverso e dicono che rivoluzionerà il nostro modo di lavorare, di

comunicare, eccetera. Zuckerberg sul metaverso sta puntando molto, da diversi anni: già nel 2014 ha acquistato Oculus, l'azienda che produce gli occhiali per la realtà virtuale. Questi occhiali sono necessari per entrare in Horizon, il metaverso di Meta (anche Meta comunque →



Mark Zuckerberg, ceo di Meta, con Andrew 'Boz' Bosworth, chief technology officer.

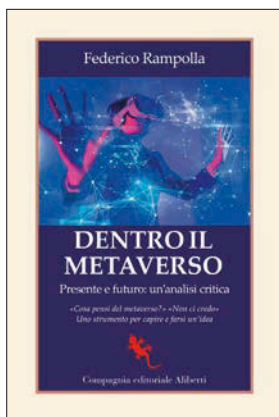


Chris Pruett, direttore content ecosystem di Meta; Yardley Pohl, direttore prodotto vr Ecosystem di Meta; Anand Dass, direttore metaverse content di Meta.



→ sta studiando una versione accessibile dal web).

Ma come funziona/fuzionerà esattamente il nuovo metaverso? La pagina di Meta su Instagram (www.instagram.com/meta) prova a spiegare la cosa in termini accattivanti, fornendo delle suggestioni. Vedi la serie di reel intitolata 'Un giorno nel metaverso': mentre pedalerai su una cyclette in un garage, ti sembrerà di competere con amici di tutto il mondo in una vera gara di ciclismo, potrai fare un allenamento virtuale in tempo reale e unirti all'azione in qualunque posto ti trovi. Un'altra serie di reel ha per protagonista l'attrice Keke Palmer, che cerca di spiegare in modo simpatico cos'è il metaverso, mentre guida un'auto decapottabile per le strade del mondo virtuale. Non sembra che ci riesca benissimo, a giudicare dalle recensioni.



Federico Rampolla, senior advisor Ipg Group, cofondatore di TwinOne, startup specializzata nei servizi per la realtà virtuale, e autore del libro 'Dentro il metaverso', edito da Aliberti.

Per capire di più su come funziona questo nuovo ambito tecnologico su cui molti, oltre a Zuckerberg, stanno investendo paccate di soldi abbiamo intervistato **Federico Rampolla**, manager con una grande esperienza del mondo di Internet e del digitale che in novembre è uscito in libreria con 'Dentro il metaverso' (Compagnia Editoriale Aliberti), "un libro per chi vuole capire", dice l'autore.

Alla fine del 2021 Neal Stephenson, l'autore di 'Snow Crash', il romanzo di fantascienza cyberpunk dove per

la prima volta si è parlato di metaverso, ha annunciato la sua decisione di sospendere momentaneamente la carriera di scrittore per cercare di rendere reale la propria visione e sfruttare le opportunità che stanno emergendo intorno ai nuovi mondi virtuali. Assieme a un gruppo di soci ha fondato Lamina1, una startup 'metaverse-as-a-service', come la definisce Stephenson, che vuole creare un sistema di pagamenti basato sulle criptovalute, in grado di remunerare adeguatamente i creatori di contenuti per il metaverso.



Rampolla ha fatto il percorso inverso: dai business digitali alla scrittura di libri, non romanzi cyberpunk ma saggi sul metaverso.

"Di metaverso si parla molto negli ultimi tempi, di solito associando il concetto a una serie di parole chiave diventate quasi luoghi comuni: dal web 3.0 alle criptovalute, dai brand che ci entrano all'idea che sarà il mondo del futuro. Volevo capire cosa ci fosse di concreto al di là dell'hype e degli slogan", spiega Rampolla.

Da sempre attivo nei business online, in realtà come Matrix, GroupM,

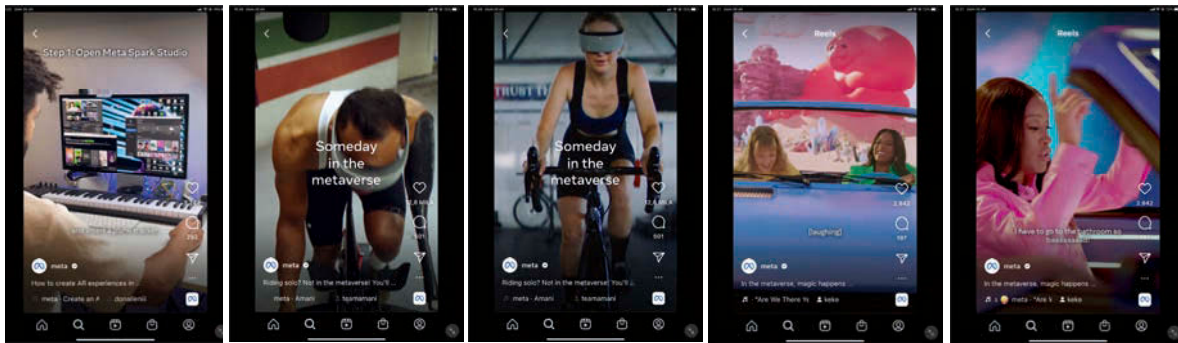
Accenture, McCann, Mondadori, Ipg Group, dando vita anche a diverse startup, tra cui TwinOne, impegnata proprio nei nuovi mondi virtuali, adesso – racconta l'autore di 'Dentro il metaverso' – "avendo tempo a disposizione, mi sono messo a studiare: ho letto tutti i report disponibili, sono andato a vedere le esperienze fatte fin qui, con l'occhio di una persona che un po' di digitale l'ha masticato. Nei miei 25 anni di carriera nel mondo di Internet ho visto tante mode eccitanti, seguite poi magari da cocenti delusioni. Ho cercato di mettere ordine prima di tutto nella mia testa e di guardare dentro a questo fenomeno per capire chi sono i player, quali sono le dinamiche interne, che cosa effettivamente c'è oggi e che cosa forse ci sarà domani.

Prima - È una guida per chi vede nel metaverso una nuova occasione per fare business?

Federico Rampolla - Non è un manuale di business, ma un libro per chi vuole capire. Quando si parla di metaverso, in genere si pensa a 'Snow Crash', il romanzo di Neal Stephenson, oppure a 'Ready Player One', il film di Steven Spielberg che immagina un futuro post apocalittico. Cose da anni Ottanta, mondi virtuali distopici. Io mi sono concentrato sugli aspetti concreti, le tecnologie, le strategie dei vari attori, da Facebook a Fortnite, da Roblox a Decentraland. Ho messo a punto una mappa dei player che operano in questo settore e delle parole chiave collegate: crypto, gaming, vr, ar, eccetera.

Prima - Come ha costruito questa mappa?

F. Rampolla - Sono partito da una definizione di metaverso in senso largo: un ambiente tridimensionale, persistente, interattivo e anche interoperabile. Per rendere possibile questo nuovo mondo ci sono diversi strumenti abilitanti, dalle connessioni 5G ai device, dai motori 3D agli strumenti di design. Queste tecnologie hanno una loro evoluzione; pensiamo per esempio ai visori per la realtà virtuale: dai primi esperimenti degli anni Ottanta ai giorni nostri i visori sono cambiati notevolmente, diventando sempre più maneggevoli e leggeri. Dal punto di vista tecnologico c'è ancora tantissimo da fare, ma c'è già una mole importante di applicazioni. Le aziende nel metaverso possono fare meeting, showroom, training, eccetera. Se passiamo al mondo consumer, incappiamo subi-



Alcuni reel di Meta che raccontano come può essere applicato il metaverso in ambiti diversi, dallo sport alla guida.

'Ready Player One', il film post apocalittico di Steven Spielberg, in cui le persone per sfuggire alle devastazioni della realtà si immergono nel mondo virtuale di Oasis (Ontologically anthropocentric sensory immersive simulation), dove lavorano, studiano e giocano.



to nella parola gaming. Il mondo dei giochi, dal punto di vista tecnologico, è quello più evoluto, con il real time e il rendering 3D fotorealistico, che rende il mondo virtuale assolutamente simile a quello reale.

Prima - Il gaming finora è stato un po' sottovalutato dal marketing.

F. Rampolla - È un errore. Oggi ci sono 3 miliardi di giocatori online nel mondo. Fortnite, che è uno dei giochi più popolari, ha 400 milioni di utenti; Roblox ne ha 50 milioni. E all'interno di queste piattaforme gli utenti non si limitano a giocare, ma socializzano, parlano tra loro, partecipano a eventi, fanno acquisti. E ce ne sono moltissimi altri come Manova World, Vesta, Stageverse, Sansar,

Cluster, Anyland, Core, Hiberworld, Wave, Sinespace, Utherverse, Avakin Life, Wozworld, Open Simulator, Rove, Nemesis, Spatial, Blankos, Cryptovoxels, Neos e Somnium Space.

Prima - Tra le infrastrutture abilitanti del metaverso molti considerano anche la blockchain.

F. Rampolla - Ci sono nuovi player, soprattutto nel campo dei giochi, che usano la blockchain e le logiche di decentralizzazione digitale del web 3.0, ma sono ancora fenomeni embrionali, molto legati all'hype del momento. Dal punto di vista quantitativo non sono neppure paragonabili con le piattaforme che abbiamo citato prima. Decentraland,

per esempio, ha solo 400mila utenti, un millesimo di Fortnite. Lo stesso vale per Sandbox, altra piattaforma basata sulla blockchain. Però al loro interno ci sono dinamiche molto interessanti da tenere in considerazione.

Prima - Dal punto di vista tecnologico che sviluppi si prevedono?

F. Rampolla - Il metaverso finora è fatto di web, pc, telefonini e console di giochi, ma nei prossimi 20 anni migrerà a poco a poco anche verso le piattaforme di realtà virtuale e i visori 3D. La diffusione di questi strumenti, come sempre accade, è strettamente legata all'offerta di contenuti e ai possibili casi d'uso che si individueranno, anche al di fuori del mondo dei giochi. Meta, per esempio, si sta focalizzando molto sul mondo education. In effetti, con un visore a realtà aumentata, in un ambiente immersivo, posto che ci siano i contenuti, l'apprendimento è sicuramente molto efficace.

Prima - Quando si parla di metaverso si dice sempre che non è solo un gioco...

F. Rampolla - Come se il gioco in sé fosse una cosa poco significativa. Dal punto di vista antropologi- →

I PRINCIPALI METAVERSI PER NUMERO DI UTENTI E TIPOLOGIA

Metaverso	Link	Utenti mensili mensili	Visore VR	Block chain	Produttore	Paese	Anno
Fortnite	epicgames.com/fortnite	270.000.000			Epic Games	Usa	2017
Roblox	www.roblox.com	210.000.000			Roblox	Usa	2006
Minecraft	www.minecraft.net	170.000.000			Mojang Studios (Microsoft)	Svezia	2011
Rec Room	recroom.com	29.000.000	X		Rec Room	Usa	2016
Zepeto	zepeto.me	20.000.000			Naver Z	Corea	2018
Imvu	imvu.com	7.000.000			IMVU	Usa	2004
VR Chat	hello.vrchat.com	4.000.000	X		VR Chat	Usa	2014
Second Life	secondlife.com	1.000.000			Linden Lab	Usa	2003
AltaSpace Vr	altvr.com	1.000.000	X		Microsoft	Usa	2013
Horizon Wolds	oculus.com/horizon-worlds	300.000	X		Meta	Usa	2021
The Sandbox	www.sandbox.game	201.000		X	Pixowl (Animoca Brands)	Cina	2011
Decentraland	decentraland.org	57.000		X	Decentraland Foundation	Usa	2020

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Metaverso, ottobre 2022

La tabella, basata sui dati dell'Osservatorio Metaverso di Vincenzo Cosenza, mostra i principali mondi di realtà virtuali per numero di utenti e tipologia. Sono evidenziati quelli accessibili tramite visore Vr (agli altri si accede via computer e smartphone con un normale browser web) e quelli basati sulla blockchain, dove i pagamenti vengono effettuati in criptovaluta (negli altri si usano monete virtuali di proprietà del singolo metaverso). Come si vede, le realtà più frequentate sono di gran lunga quelle dei giochi, come Fortnite, Roblox e Minecraft.

→ co, noi come esseri umani impariamo giocando. I ragazzini sanno l'inglese perché giocano online. I modelli di gioco sono applicati anche nel mondo aziendale. Vedi per esempio la gestione della rete di vendita con i premi, i ruoli, la gamification insomma. Ci sono esempi importanti in questo senso. Quello del gioco è un linguaggio che si sta affermando sempre di più e anche i brand si stanno avvicinando a questo linguaggio.

Prima - Però mentre si gioca difficilmente si accettano distrazioni come spot pubblicitari.

F. Rampolla - È vero. Bisogna capire bene come usare questo nuovo mezzo. Ma se mi trovo in un mondo virtuale che replica il mondo reale, probabilmente una Bmw lì dentro la voglio vedere, perché è parte del mio modo di vivere.

Prima - È un po' come agli albori di Internet, quando le imprese non sapevano ancora bene cosa fare.

F. Rampolla - Ci sono delle analo-

che, come nei videogiochi. C'è tutto un mondo che si sta sviluppando intorno al metaverso, tante nuove attività che nascono, proprio perché c'è lo sforzo di prepararsi a gestire le cose in modo adeguato nel nuovo mondo virtuale.

Prima - Il concetto di gemello digitale non è poi così nuovo, è stato coniato nel 1991 da David Gelernter nel suo libro 'Mirror Worlds' (mondi speculari).

F. Rampolla - In realtà io non vedo nel metaverso una discontinuità forte rispetto al digitale. Non siamo di fronte alla 'rivoluzione del metaverso'. Doveva essere questo il titolo del mio libro, ma l'abbiamo cambiato. Quello definitivo è 'Dentro il metaverso'. Abbiamo scelto questo titolo anche perché il libro non vuole essere solo una descrizione del metaverso e delle sue potenzialità, ma vuole guardare le cose dall'interno per cercare di capire come funzionano e come presumibilmente si evolveranno.

metaverso (la capacità computazionale, i software, eccetera) sono anch'esse in crescita.

Prima - Però il 27 ottobre, quando sono stati diffusi i dati trimestrali di Meta, si è visto che Reality Labs, l'unità del gruppo di Zuckerberg che si occupa di realtà virtuale e metaverso, ha perso 3,7 miliardi di dollari a fronte di soli 285 milioni di ricavi e il titolo di Meta è crollato del 25% in Borsa.

F. Rampolla - Quando si parla di questi fenomeni bisogna distinguere i fondamentali di mercato dagli aspetti finanziari. Meta ha fatto una scommessa strategica pesantissima, ma su un arco temporale di 20 anni: Zuckerberg l'ha detto chiaramente. Ha investito un sacco di soldi su questa scommessa e ora sta perdendo. È chiaro che gli analisti finanziari e la Borsa lo bocciano; il loro orizzonte temporale è la prossima trimestrale, non i prossimi 20 anni. Quando è scoppiata la bolla di Internet, alla

Dal punto di vista tecnologico c'è ancora tantissimo da fare, ma c'è già una mole importante di applicazioni. Le aziende nel metaverso possono fare meeting, showroom, training, eccetera. Se passiamo al mondo consumer, incappiamo subito nella parola gaming

gie con quell'epoca. C'è un percorso da fare per raggiungere alcune audience nel metaverso. Tenendo conto che c'è già tanta gente che lo usa, che ci vive dentro. Occorre prepararsi in modo adeguato. Mi ricordo nel '96-'97 i primi siti web delle banche: qualcuna chiudeva i battenti alle otto di sera, perché non c'era nessuno a controllare cosa facessero gli utenti online. Il metaverso è un ambiente persistente. Se ci apro un negozio devo avere qualcuno che sta sempre lì, che attiva le cose, che interagisce con i clienti. Un'azienda che vende nel metaverso deve avere tutti i suoi prodotti digitalizzati, in 3D.

Prima - Lei è tra i fondatori di una startup specializzata proprio in questo campo.

F. Rampolla - Sì, si chiama Twin-One e si occupa di un piccolo pezzo delle attività necessarie alle aziende che vogliono essere presenti nel metaverso: la creazione dei digital twin, i gemelli digitali, cioè le riproduzioni virtuali dei prodotti, ottenute utilizzando tecnologie visuali fotorealistiche

Prima - Che previsioni si possono fare, senza cadere nelle esagerazioni dei 'tech addicted' o, al contrario, nello scetticismo di chi oggi non crede al metaverso, esattamente come 20 anni fa non credeva a Internet?

F. Rampolla - Le mosse che stanno facendo i grandi player ci aiutano a individuare le forze che alla fine disegneranno questo bellissimo mondo del futuro, ancora tutto da costruire. Microsoft, per esempio, ha comprato per 68 miliardi di dollari Activision Blizzard, un grandissimo produttore di giochi: tra i suoi titoli più famosi ci sono 'Warcraft', 'Call of Duty' e 'Candy Crush Saga'. E Meta, come sappiamo, sta investendo miliardi nei suoi progetti legati al metaverso. Al di là di questi due casi eclatanti, tutti i trend, tutte le forze che in qualche modo stanno contribuendo a costruire questo nuovo concetto vanno bene dal punto di vista numerico. Il mondo dei giochi ha raggiunto 3 miliardi di persone e cresce del 7-8% all'anno. Le tecnologie che sottostanno al

fine degli anni Novanta, e i titoli tecnologici sono crollati, si diceva che Internet era morto. In realtà gli utenti continuavano ad aumentare e Internet è diventato il fenomeno pervasivo che conosciamo. Lo stesso vale per il metaverso. Tutte le sue metriche sono in crescita. Le vendite dei visori vr di Meta sono arrivate a 250 milioni; è un numero ancora basso, ma aumenta del 90% all'anno. Lo stesso vale, come abbiamo visto, per i numeri degli utenti delle piattaforme di gioco e per i ricavi generati da queste piattaforme. Io non ho mai amato le mode e all'inizio avevo anch'io un po' di diffidenza nei confronti del metaverso, ma devo riconoscere che gli ingredienti del successo ci sono tutti, sul lungo periodo.

Prima - A proposito di questioni epocali, i fautori del metaverso promettono di risolvere, grazie al web 3.0 e alla blockchain, la questione dell'identità digitale, la sua portabilità in diversi mondi.

F. Rampolla - Questa è veramente una sfida epocale. Non dico che →

CAMPIONI DI METAVERSO

• **Fortnite** Non è solo un videogioco ma uno spazio di ritrovo virtuale accessibile da qualsiasi console e telefono cellulare del pianeta, lanciato nel 2017 dalla statunitense Epic Games, società controllata dal ceo e founder Tim Sweeney. All'inizio il gioco consisteva nel costruire avamposti per sopravvivere all'invasione di orde di mostri; nel 2017 è stata introdotta la modalità Battle Royale, in cui cento giocatori si ritrovano insieme sul campo di battaglia e combattono finché ne resta soltanto uno. Lo scorso aprile Sony ha investito un miliardo di dollari nel metaverso di Fortnite, dopo aver già investito 200 milioni nel 2020 e 250 milioni nel 2021. Un altro miliardo di dollari l'ha investito Kirkbi, la holding che possiede The Lego Group.

• **Horizon Worlds**

È un'applicazione di social vr di Meta che consente agli utenti di esplorare mondi virtuali in modo interattivo e coinvolgente, impegnandosi sia nel consumo sia nella creazione di contenuti. È anche uno spazio condiviso per giochi multiplayer, creati dagli stessi utenti. Per entrare in Horizon bisogna avere un visore Oculus Quest 2, ma Meta sta lavorando anche a una versione web. Horizon è stata lanciata da Meta nell'agosto 2020 come piattaforma beta solo su invito e aperta al pubblico dal 9 dicembre 2021 negli Stati Uniti e in Canada; poi è toccato a Regno Unito, Irlanda, Islanda, Francia e Spagna; i prossimi Paesi dovrebbero essere Germania e Italia. In ottobre, secondo il *Wall Street Journal* Horizon ha raggiunto 200mila utenti mensili, la maggioranza dei quali resta sulla piattaforma solo per un mese. L'obiettivo dichiarato da Meta di arrivare a 500mila utenti entro la fine del 2022 è ancora lontano.

• **Roblox** Piattaforma americana rivolta ai più giovani, dai dieci anni in su, dove si può giocare, creare giochi, acquistare prodotti e servizi. Finora ha coinvolto 50 milioni di utenti e 9,5

milioni di sviluppatori. È stata fondata nel 2004 a San Mateo, in California, da David Baszucki ed Erik Cassel. È utilizzata anche da molti brand che cercano in questo modo di entrare in contatto con la generazione Alpha (chi è nato dopo il 2010). In ottobre Walmart, il colosso Usa della distribuzione, ha



L'insegna del parco giochi che Walmart, il colosso Usa della distribuzione, ha creato su Roblox, il metaverso preferito dai giovanissimi.



creato su Roblox un grande parco giochi nel quale divertirsi, confrontarsi e soprattutto fare acquisti: Walmart Land Universe of Play.

• **Sandbox** Lanciato nel 2011 da Pixowl, società fondata da Arthur Madrid, imprenditore nel mondo dei giochi digitali, e Sébastien Borget. È un mondo virtuale dove gli utenti possono creare, costruire, acquistare e vendere risorse digitali sotto forma di gioco. La piattaforma è basata sulla blockchain, il che ha consentito di sviluppare un modello creativo play-to-earn: gli utenti sono sia creatori sia giocatori e guadagnano giocando. Pixowl fa capo al gruppo cinese di venture capital Animoca Brands, fondato nel 2014 da Yat Siu, specializzato nei videogiochi basati sulla blockchain e le criptovalute, su cui ha investito 1,5 miliardi di dollari.

• **Decentraland** Piattaforma di realtà virtuale alimentata dalla blockchain che consente agli utenti di creare, sperimentare e monetizzare contenuti e applicazioni. Il suo funzionamento è simile a quello di Sandbox: si crea un avatar, si comprano vestiti, accessori e altre proprietà, e si

accede a un mondo simile a quello reale. Requisito essenziale, un wallet, cioè un portafoglio virtuale per la criptovaluta di Ethereum. È stato fondato nel 2017 da Ariel Meilich, imprenditore seriale in campo digitale, ed Esteban Ordano, ingegnere esperto di criptovalute, oggi entrambi solo consulenti della società, che fa capo a una fondazione. Ha aperto al pubblico nel febbraio 2020. Recentemente hanno suscitato molte polemiche i dati diffusi da DappRadar, secondo cui Decentraland e Sandbox avrebbero solo poche centinaia di utenti attivi al giorno; le due piattaforme contestano però questi dati sostenendo che i numeri di DappRadar si riferiscono solo alle transazioni effettuate e non agli utenti effettivi.

• **Second Life** Il primo storico metaverso, creato nel 2003 dai Linden Lab del fisico statunitense Philip Rosedale, che sognava di trasformare Internet in un mondo tridimensionale. Su Second Life si possono fare molte delle attività del mondo reale: esplorare i luoghi, socializzare, partecipare ad attività ed eventi (mostre, concerti, feste, conferenze, eccetera), scambiare beni e servizi virtuali con altri utenti utilizzando i Linden Dollar, una moneta virtuale convertibile in veri dollari. A differenza dei videogiochi tradizionali, tutti i contenuti (compresi gli stessi ambienti) sono creati dagli utilizzatori. La piattaforma ha raggiunto il suo picco di popolarità nel 2013, poi con l'affermarsi dei social media c'è stato un declino. Oggi gli utenti attivi su Second Life sono stimati tra 500mila e un milione.

→ non sarà mai risolta, ma serve tempo. Oggi se hai un profilo su Fortnite, quando lasci questo gioco tutte le caratteristiche della tua identità rimangono, non ti appartengono e quindi non puoi trasportarle in un altro mondo virtuale. La visione del web 3.0 di una Internet totalmente decentralizzata, in cui sono gli utenti a possedere e controllare completamente i propri dati personali e la propria identità digitale, è molto affascinante e ha un suo perché, ma è un po' difficile pensare che Microsoft, Apple, Sony e gli altri big delle tecnologie digitali spariscano, lasciando tutto il potere agli utenti. Probabilmente ci sarà un mondo ibrido in cui gli interessi degli individui e quelli delle piattaforme troveranno un punto di convergenza.

Prima - Non siamo di fronte quindi



Il visore Meta Quest 2, lanciato nell'ottobre 2020 dai Reality Labs di Meta, la business unit per la realtà virtuale creata dopo l'acquisizione di Oculus per 2 miliardi di dollari nel 2014. Nella foto a destra Mark Zuckerberg mentre prova il Meta Quest Pro, il nuovo visore vr in vendita dal 25 ottobre al prezzo di 1.799,99 euro.



Meta ha il suo visore Oculus, il suo mondo virtuale Horizon e i miliardi di utenti di Facebook, Instagram e WhatsApp, è ovvio che cerchi di migrare tutto ciò all'interno delle nuove esperienze. E lo sta già facendo. Horizon per ora è disponibile solo negli Stati Uniti, in Canada e in alcuni Paesi europei, ma si è visto che il tasso di conversione degli utenti da Facebook a Oculus è buono. C'è una buona probabilità che Meta possa riuscire a portare nel meta-

tole può aprire interessanti prospettive di crescita economica e sociale. Nel film 'Ready Player One' di Spielberg c'è un personaggio che rompe la sua moto nel metaverso e, sempre nel metaverso, va da un meccanico che gliela aggiusta. C'è un'economia virtuale, online, parallela a quella reale, offline. Il prodotto interno lordo di Second Life, che non è certo la realtà più importante del metaverso, ammonta a circa 650 milioni di dollari e ai suoi creator vanno risorse

Tutti i grandi player saranno parte di un ecosistema. Ma dal momento che Meta ha il suo visore Oculus, il suo mondo virtuale Horizon e i miliardi di utenti di Facebook, Instagram e WhatsApp, è ovvio che cerchi di migrare tutto ciò all'interno delle nuove esperienze. E lo sta già facendo

a una vera e propria rivoluzione, a un momento di discontinuità radicale?

F. Rampolla - Più che di discontinuità parlerei di accelerazione del cambiamento, cosa che è comunque affascinante e stimolante. È interessante quello che c'è oggi, ma ancora più interessante quello che ci sarà domani.

Prima - Zuckerberg vorrebbe creare una sorta di infrastruttura comune per tutte le aziende che operano nel metaverso, un po' come quella di Internet, con i suoi protocolli, le sue regole, i suoi organi di controllo, eccetera. È un obiettivo realistico?

F. Rampolla - Zuckerberg ha preso di petto la questione del metaverso. Ci sta investendo tantissimo, ma lo stanno facendo anche altri. Ovviamente il metaverso non può essere costruito solo da Meta. Tutti i grandi player saranno parte di un ecosistema. Ma dal momento che

verso un numero notevole dei suoi utenti social.

Prima - Prima parlava dei contenuti come elemento essenziale del nuovo mondo virtuale. Chi produrrà questi contenuti?

F. Rampolla - Se vuoi costruire la tua casa virtuale nel metaverso hai bisogno di creator, sviluppatori, architetti, che vanno remunerati per il loro lavoro. Nei modelli più legati al mondo crypto, come Decentraland e Sandbox, gli utenti sono remunerati: giochi e guadagni giocando. Questo è un altro trend importante. Se vai su quelle piattaforme e costruisci un'esperienza, guadagni, per esempio perché altre persone pagano per fare quella stessa esperienza. I giocatori bravi incassano pacchi di soldi; quelli scarsi magari solo 100 o 200 dollari al mese, ma in certi Paesi sono cifre consistenti. Guardando la cosa su scala globale, il lavoro virtuale e digi-

online per circa 80 milioni di dollari. Roblox, che ha più di 200 milioni di utenti, conta al suo interno 1-2 milioni di creator a cui distribuisce centinaia di milioni di dollari.

Prima - La startup di Neal Stephenson, l'ideatore della parola metaverso, si occupa proprio di questo: costruire un sistema di pagamento basato sulle criptovalute per remunerare i creator.

F. Rampolla - Il sistema dei pagamenti è un po' come la connettività, uno strumento abilitante. Non necessariamente questo sistema deve basarsi sulle criptovalute. Tutti i giochi, per esempio, hanno loro monete che funzionano solo 'in game', nel mondo virtuale. Nelle piattaforme che si basano sulle criptovalute, come Decentraland e Sandbox, le monete virtuali funzionano anche nel mondo reale.

Intervista di Claudio Cazzola