



REALMORE

*Tracciare* il Percorso:  
**Destinazione Metaverso**

#DESTINAZIONEMETAVERSO

– [Realmore.net](https://realmore.net)



|       |   |       |   |
|-------|---|-------|---|
| P. 03 | <b>Metaverso: Lo Scenario</b>   | P. 21 | Esperienze immersive ed emozionali senza limiti di tempo e di spazio                      |
| P. 06 | <b>Qual'è la direzione</b>  | P. 23 | Tra NFT e criptovalute: un universo di opportunità per artisti e brand                    |
| P. 07 | <b>Cinque Caratteristiche chiave per il Metaverso del Futuro</b>          | P. 25 | <b>Metaverso   Ricerche di Mercato</b>  |
| P. 08 | Persistente   | P. 25 | Analizzare il comportamento degli utenti con esperienze di total look gamificate          |
| P. 09 | Multiutente   | P. 26 | <b>Metaverso   Education</b>  |
| P. 10 | Interattivo   | P. 26 | Imparare a conoscere il mondo con una vista olografica potenziata                         |
| P. 11 | Interoperabile  | P. 28 | <b>Metaverso   Art</b>  |
| P. 12 | Transazionale   | P. 28 | Visioni immersive dal vivo e on demand delle opere d'arte                                 |
| P. 13 | <b>Metaverso   Moda</b>   | P. 29 | Con gli NFT la vendita di opere d'arte, artistiche e architettoniche si tinge di digitale |
| P. 13 | Esperienze immersive multiplatforma tra gaming e VR                       | P. 31 | <b>Metaverso   Design e Prototipazione</b>  |
| P. 15 | Comunicare ai nativi digitali nei nuovi contesti virtuali                 | P. 31 | Disegnare e prototipare modelli tridimensionali con precisione sartoriale                 |
| P. 17 | Virtual Show-room interattivi per presentare le nuove collezioni          | P. 32 | <b>Metaverso   Industria 4.0</b>  |
| P. 18 | <b>Metaverso   Riunioni</b>   | P. 32 | Esplorare olograficamente lo stabilimento produttivo con il proprio avatar 3D             |
| P. 18 | Il nuovo modo di comunicare a distanza, più coinvolgente e meno invadente | P. 33 | Monitorare gli asset industriali con i sistemi di visualizzazione XR                      |
| P. 19 | Collaborare interagendo olograficamente da ogni luogo nel mondo           | P. 34 | <b>Perché Realmore</b>  |
| P. 20 | Esplodere la creatività negli ambienti di incontro virtuali               | P. 35 | <b>Reference</b>  |
| P. 21 | <b>Metaverso   Musica &amp; Entertainment</b>                             | P. 36 | <b>Chi siamo Realmore</b>   |

# Metaverso: *Lo Scenario*

**Il Metaverso è uno spazio virtuale persistente e multiplatforma, dove un numero potenzialmente illimitato di utenti può interagire e condividere esperienze attraverso avatar 3D personalizzati.** Il Metaverso sfrutta la combinazione di tecnologie già ampiamente diffuse consentendo di sperimentare esperienze simili a quelle che si vivrebbero nel contesto reale o totalmente avulse dalla realtà.

Da molti definito come il successore di Internet, il Metaverso assumerà contorni sempre più definiti di pari passo con la diffusione delle tecnologie digitali e dei dispositivi mobile ed indossabili di ultima generazione. Quale evoluzione dell'interazione digitale, il Metaverso dispone già delle fondamenta necessarie per abilitare nuove esperienze multiutente persistenti ed interoperabili.

**Il Metaverso eleverà il modo in cui le persone interagiscono e vivono le esperienze nel mondo fisico e digitale ed arricchirà la nuova frontiera dell'informazione, della comunicazione e dello scambio dei dati: il cosiddetto Web 3.0. Il nuovo Internet aperto e decentralizzato abilitato da Blockchain, NFT e AI.**



Il Metaverso promette di offrire un'esperienza digitale interattiva e interoperabile, dove è possibile teletrasportarsi con il proprio avatar in modo istantaneo attraverso un insieme di mondi virtuali interconnessi.

*Sei pronto a dare il via alla rivoluzione dell'interazione digitale?*

Secondo una recente ricerca di Forrester *“meno di un quarto (23%) degli intervistati negli Stati Uniti e solo il 17% di quelli nel Regno Unito ha espresso la volontà di trascorrere del tempo all'interno del Metaverso. Mentre il 36% degli intervistati nel Regno Unito ed il 26% degli intervistati negli Stati Uniti hanno affermato che oggi giorno non sentirebbero il bisogno di implementarlo nella loro vita quotidiana”*.<sup>1</sup>

In ogni caso, è indiscutibile che il Metaverso è destinato a fare sempre più breccia nelle giovani generazioni di consumatori, ed in particolare tra le fila dei nativi digitali abituati ad interagire nelle piattaforme virtuali. L'ammontare delle ore spese dalle nuove generazioni in queste piattaforme è infatti incontrovertibile e sta crescendo. Il mondo sarà sempre più digitale, ed è una questione di tempo per osservare una repentina accelerazione di un trend che vedrà il Metaverso primeggiare nelle esperienze progettate da creator e brand.

Gartner ha affermato che entro il 2026 il 25% delle persone trascorrerà almeno un'ora al giorno nel Metaverso per lavoro, shopping, istruzione, social e/o intrattenimento. E sempre entro il 2026, il 30% delle organizzazioni avrà prodotti e servizi pronti per il Metaverso.

*"I marketer stanno già costruendo modi per gli utenti di replicare le loro vite nei mondi digitali. Dal frequentare aule virtuali all'acquistare terreni digitali e costruire case virtuali, queste attività sono attualmente condotte in ambienti separati. Alla fine, avranno luogo in un unico ambiente - il Metaverso - con destinazioni multiple attraverso tecnologie ed esperienze".*<sup>2</sup>

**Marty Resnick, vicepresidente dell'area ricerca di Gartner.**



*1/4*

**PERSONE NEGLI USA**

Desidererebbe  
trascorrere del tempo  
nel Metaverso

*19%*

**PERSONE NEGLI USA**

Sostiene che  
i brand dovrebbero costruire  
esperienze nel Metaverso

*25%*

**PERSONE NEL MONDO**

Trascorrerà almeno  
1 ora/giorno  
nel Metaverso entro il 2026



# *Qual è la direzione*

L'Innovazione ci guida in nuove scoperte capaci di generare un impatto significativo sulle nostre vite. **L'innovazione cambia il nostro modo di osservare il mondo e contribuisce a trasformare il mondo come lo conosciamo.**

Il Metaverso, quale innovazione dello stato di cose esistente, consentirà di andare oltre qualunque cosa che fino a qualche tempo fa potevamo immaginare: ci promette di **vivere esperienze interattive entro un insieme di mondi virtuali interconnessi.**

*Il Metaverso è un **ponte tra identità, proprietà e spazi fisici e digitali.**  
Le persone, i luoghi e le cose convergono nel mondo reale e virtuale e lo fanno simultaneamente interagendo tra loro senza soluzione di continuità.*



# Cinque Caratteristiche Chiave *per il* Metaverso del *Futuro*

01. Persistente

02. Multi-Utente

03. Esperienziale

04. Interoperabile

05. Transazionale



## 01.

Tutto rimane *inalterato*,  
così come lo hai  
lasciato

### 01. Persistente

Il Metaverso è uno **spazio accessibile in qualsiasi momento e da qualsiasi dispositivo**, e garantisce la continuità dell'esperienza. Ciò che l'utente lascia all'interno dell'ambiente rimane inalterato ed è sempre presente, **i cambiamenti rimangono al loro posto fino alla visita successiva**. L'esperienza risulta continua, persistente e **senza reset programmati tra una sessione di navigazione e l'altra**.

Nel Metaverso una persona può **incontrarsi olograficamente con i propri colleghi** e annotare, per esempio, appunti sopra una lavagna virtuale durante un'attività di brainstorming. Ciò che viene disegnato sulla lavagna rimane inalterato, fino alla sua azione successiva o a quella di un altro utente. Questo principio può essere applicato a qualsiasi interazione all'interno del Metaverso come quella che potrebbe verificarsi nelle sale caffè o pause, auditorium, sale di formazione, sale giochi, innovazione, spazi di incontro e meditazione, onboarding e naturalmente negli uffici.



## 02.

Incontrati con chi vuoi,  
vivi l'*esperienza*  
che vuoi

### 02. Multi-Utente

Nel Metaverso **milioni di utenti si connettono simultaneamente e sperimentano in estemporanea la stessa esperienza**. Anche se gli attuali limiti tecnologici costituiscono un ostacolo alla progettazione di un'unica realtà parallela in cui milioni di utenti interagiscono e comunicano simultaneamente, versioni speculari dello stesso Metaverso possono essere progettate per garantire la fruibilità in contemporanea della stessa esperienza.

Il concerto di *Travis Scott* ha richiesto oltre **120.000 copie identiche del gioco** per consentire a 27.7 milioni di spettatori di assistere in diretta allo spettacolo musicale sulla piattaforma *Fortnite*, numeri ben lontani da quelli che un concerto in un luogo fisico potrebbe effettivamente ospitare.

Un'esperienza **Multi-Utente** che ha visto come protagonista il famoso rapper statunitense ma non solo. Ognuno dei 27.7 milioni di spettatori ha viaggiato **dal fondo del mare allo spazio** catapultandosi con il proprio **Avatar** all'interno di **scenari psichedelici e fantascientifici** sentendosi timoniere dell'esperienza che stava vivendo.



## 03.

Crea senza limiti  
di *tempo* e di *spazio*  
con il tuo *avatar 3D*

### 03. Interattivo

Nel Metaverso le **persone si incontrano, interagiscono e raggiungono insieme gli obiettivi** senza limiti di tempo e di spazio muovendosi olograficamente in tempo reale ed in modo del tutto naturale nonostante si trovino in luoghi diversi.

Questa nuova modalità di interazione potenzia la comunicazione e la collaborazione tra team di lavoro a distanza: lo Smart Working diventa **più coinvolgente** e **milioni di creatori, artisti, ingegneri e designer hanno l'opportunità di esprimere al meglio il loro potenziale creativo**, anche da remoto. Negli spazi VR i team di lavoro possono conoscersi, collaborare e sviluppare insieme idee utilizzando tutti gli strumenti necessari, dalla condivisione dello schermo tridimensionale alla lavagna in VR.

**Presenza immersiva, mappe spaziali e sincronizzazione multiutente** trasformano le sessioni di brainstorming e di progettazione, rendendole funzionalmente e tecnicamente accessibili da ogni luogo nel mondo.



# 04.

Spostati e *Interagisci* da qualsiasi piattaforma in modo continuo

## 04. Interoperabile

Il Metaverso prevede che sistemi e piattaforme comunichino tra loro senza soluzione di continuità abilitando nuove esperienze creative, collaborative, funzionali e ludiche. **Fare un salto in un punto vendita ed acquistare un cappellino virtuale e poi tele-trasportarsi nel proprio videogioco preferito indossando il nuovo accessorio da abbigliamento** è ciò che il Metaverso promette di offrire agli utenti.

Un'esperienza fluida e continua, abilitata da protocolli di comunicazione che dialogano armonicamente, che garantisce la raccolta, la trasmissione e la protezione dei dati, per la sicurezza informatica e la privacy.

L'interoperabilità tra utenti e piattaforme promette di trasformare radicalmente le modalità attraverso le quali esperienze, anche totalmente diverse tra loro, comunicano ed interagiscono nel mondo digitale.



## 05.

# Acquista e *distribuischi* i tuoi NFT con le *Criptovalute*

*60 Milioni*

I Messaggi trasmessi  
su Roblox  
ogni giorno.

*41 Miliardi*

L'odierna quotazione  
degli NFT  
nel mondo.

## 05. Transazionale

Gli NFT, Non Fungible Token, sono **certificati di proprietà di opere digitali** scritti su **Blockchain**. Con l'integrazione degli NFT, gli spazi immersivi vengono popolati da **contenuti originali ed autentici non replicabili** e quindi unici. **Qualsiasi tipologia di bene** può essere acquistata nel Metaverso: da **lotti di terreno in città immaginarie** come quelle abitabili nelle piattaforme quali *Roblox* e *Sandbox*, all'**accessorio da abbigliamento** che è possibile far indossare al proprio personaggio nel **videogame** preferito, ai **capolavori artistici** come il Cenacolo di Leonardo Da Vinci che può essere personalizzato, digitalizzato e compravenduto in occasione di **aste virtuali** organizzate all'interno di Metaversi da musei e gallerie d'arte.

La **combinazione di sistemi di pagamento in criptovalute, certificati di proprietà NFT e spazi digitali** persistenti e multiplatforma consente agli utenti di **vivere esperienze uniche, partecipare ad eventi esclusivi ed acquistare diritti di opere artistiche e di oggetti iconici di lusso limited edition** creati dai brand e dagli artisti più all'avanguardia in ambito digitale.

# Metaverso | *Moda*



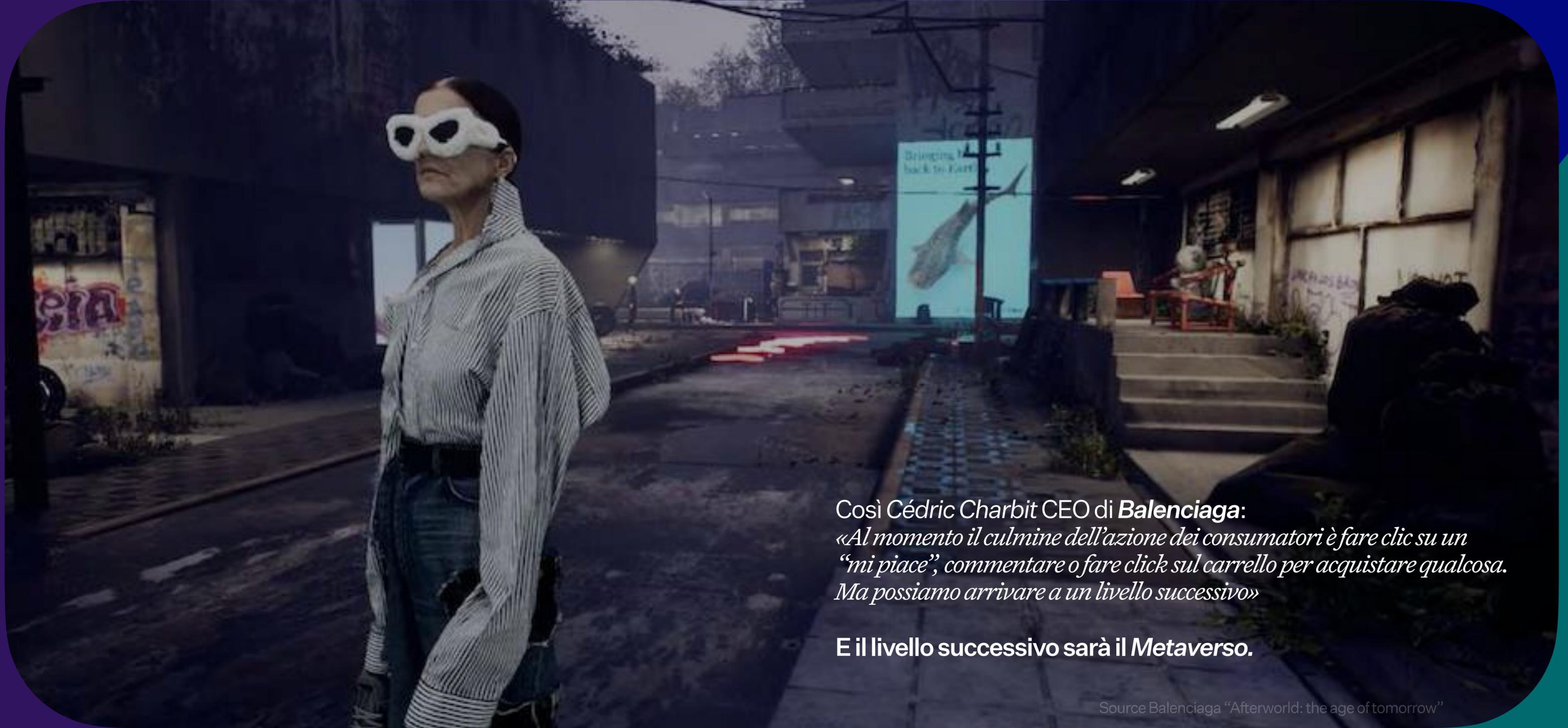
## Esperienze *immersive* multiplatforma tra Gaming e VR

I grandi marchi di moda stanno iniziando ad esplorare il Metaverso e ad investire nelle piattaforme virtuali immersive in grado di **catapultare il consumatore in mondi straordinari con una forte connotazione esperienziale, emozionale e valoriale.**

*Balenciaga* ha presentato l'ultima collezione autunno-inverno 2021 all'interno del *videogioco Afterworld: The Age of Tomorrow* ambientato nella New York futuristica del 2031.

Il videogioco immersivo parte nel punto vendita della casa di moda: una volta selezionato l'avatar antropomorfo, l'utente si immerge in un mondo fantascientifico tra paesaggi naturali, foreste incantate e città tecnologiche deserte. Con questo progetto Balenciaga non ha inteso esclusivamente **dare visibilità alle nuove collezioni.** Come si evince dalla scelta dell'Environment, ha inteso **sensibilizzare il pubblico su temi di interesse globale quali: la riduzione degli sprechi, la salvaguardia del pianeta e la sostenibilità ambientale.** Un branded content in grado di toccare le corde emotive del pubblico migliorandone la percezione di marca e posizionando la casa di moda come azienda attenta alle tematiche ambientali.

Il caso Balenciaga è un chiaro segnale di come la **contaminazione tra moda, Gaming e tecnologia VR** rappresenti sempre di più il **"new normal"** in questo settore dell'industria.



Così Cédric Charbit CEO di **Balenciaga**:  
*«Al momento il culmine dell'azione dei consumatori è fare clic su un  
“mi piace”, commentare o fare click sul carrello per acquistare qualcosa.  
Ma possiamo arrivare a un livello successivo»*

**E il livello successivo sarà il Metaverso.**

Source Balenciaga "Afterworld: the age of tomorrow"



## Comunicare con i nativi digitali nei nuovi contesti virtuali

Le ricerche hanno dimostrato che la maggior parte delle persone sembra ancora essere attratta dal punto vendita, perché l'acquisto in-store è in grado di garantire quella dimensione tattile che l'esperienza digitale di total look del prodotto non è ancora in grado di emulare. Anche se le interfacce touch e i nuovi servizi di Realtà Aumentata costituiscono un importante gancio per ingaggiare il cliente quando entra per la prima volta in contatto con un prodotto, il negozio rappresenta ancora la sua destinazione di shopping abituale preferita.

**Parlare lo stesso linguaggio dei nativi digitali** risulta in ogni caso fondamentale per riuscire a guadagnarsi l'attenzione e la fiducia delle flotte di consumatori abituate ad utilizzare le tecnologie digitali ed in sintonia con i nuovi modelli di riferimento "senza spazio e tempo" che vivono nei contesti ludici virtuali in cui sono soliti interagire e relazionarsi. Se un brand intende aprire un dialogo con le nuove generazioni non può pensare di ignorare ancora a lungo i **nuovi paradigmi tecnologici**.

La moda ha visto una recente e rapida accelerazione degli investimenti digitali e l'impressione è che stia guidando il passaggio epocale dal mondo fisico al virtuale.

La vera domanda da porsi è come si svolgerà l'interazione umana nel Metaverso e come questa riplasmerà ciò che cerchiamo al di fuori di esso nella realtà che comunemente abitiamo.



**La vera domanda è come si svolgerà l'interazione umana nel Metaverso e come questa riplasmerà ciò che cerchiamo al di fuori di esso nella realtà che comunemente abitiamo.**

*Dior* ha colto in pieno le tendenze delle nuove generazioni lanciando un'esperienza interattiva, in collaborazione con *Ready Player Me*, dove gli utenti possono creare il loro avatar 3D personale, liberare la loro auto-espressione ed immergersi in scenari ispirati all'iconico brand di lusso. Navigando gli ambienti virtuali, gli utenti hanno l'opportunità di scoprire un mondo immaginario brandizzato, acquistare durante il viaggio le fragranze esclusive Dior e ricevere l'ordine direttamente a casa.



## Virtual Showroom interattivi per *presentare* le nuove collezioni **22/23**

Non solo il consumatore finale, anche i buyer sono destinatari dei nuovi Metaversi realizzati dai brand di moda. Metaversi in grado di ospitare **Showroom interattivi** e **Passerelle virtuali** per la **presentazione delle nuove collezioni**.

I buyer sono chiamati a **visionare i campionari** e a **selezionare i capi di abbigliamento** tenendo in considerazione le esigenze della clientela e le caratteristiche specifiche dei mercati di riferimento. Se fino a ieri la ricerca e la selezione dei campionari avveniva negli showroom fisici o nei punti vendita all'ingrosso delle case di moda, oggi è possibile spostare l'esperienza nelle piattaforme virtuali.

Navigare lo Showroom in modo interattivo nel Metaverso offre a buyer e retailer un' **esperienza di visualizzazione XR immersiva delle nuove collezioni naturale e fedele alla realtà**. Osservare i capi di abbigliamento nei minimi dettagli, esplorare ed interagire con le nuove collezioni, accedere alle informazioni relative, per esempio, al design dei tessuti e alla costruzione sartoriale, selezionare i prodotti ed accedere alla wishlist per gestire lo stato degli ordini; tutto questo senza spostarsi a distanza, con una velocità e una flessibilità mai vista prima.

# Metaverso | *Riunioni*



## Il nuovo modo di *comunicare* a distanza, più coinvolgente e meno invadente

I recenti fenomeni globali hanno messo in evidenza due tendenze in rapida crescita: da una parte, le aziende che hanno applicato in modo massiccio la modalità di lavoro da remoto hanno notato un complessivo miglioramento delle prestazioni dei dipendenti; dall'altra parte, le persone hanno iniziato a soffrire della mancanza di relazioni umane che inesorabilmente la distanza ha contribuito a fomentare.

La possibilità di connettersi da ovunque ha garantito quella flessibilità che da tempo le persone desideravano ottenere, ma le riunioni a distanza hanno anche messo in evidenza i limiti dei video meeting che nel presente rendono complessa la comunicazione e la costruzione di relazioni interpersonali fondamentali per un efficace lavoro di squadra ed un adeguato sviluppo di carriera.

Inoltre, se è vero che l'accensione o meno della videocamera determina spesso la qualità di una riunione, a volte risulta stressante decidere come comportarsi in presenza (digitale) di un collega, con le opzioni spento e acceso che puntualmente mettono a dura prova la volontà della persona che si connette da remoto, spesso da un contesto casalingo che preferirebbe tenere celato ai propri collaboratori.

Il primo passo che la maggior parte degli utenti farà sarà unirsi ad una riunione nella veste di un avatar personalizzato di sé stessi anziché con un'immagine statica o in video. Poter vestire i panni del proprio avatar personale offrirà una valida alternativa ai tradizionali modi di comunicare e collaborare a distanza quali riunioni face to face, chat, e-mail e videochiamate.<sup>3</sup>



## Collaborare interagendo olograficamente da ogni luogo nel mondo

Il Metaverso espande le opportunità di comunicazione e di collaborazione da remoto rendendo le **riunioni più coinvolgenti** grazie alle **esperienze olografiche** e ai **tool interattivi** che possono essere utilizzati all'interno degli ambienti immersivi. **I team di lavoro interagiscono olograficamente da ogni luogo nel mondo e collaborano alla realizzazione di progetti nei nuovi universi lavorativi** destinati a diffondersi ad un ritmo sempre più rapido.

Un esempio lampante delle opportunità che il Metaverso può offrire in ambito Smart Working è rappresentato da *Microsoft Mesh*, uno **spazio collaborativo immersivo dove le persone possono incontrarsi ed interagire attraverso il proprio avatar 3D o la propria immagine tridimensionale, elementi che diventano un tutt'uno con il mondo reale grazie ai visori AR Hololens di ultima generazione. La combinazione di tool e applicazioni digitali e spazio circostante rendono più efficaci e più snelli i processi lavorativi e potenziano la collaborazione a distanza dei team di lavoro.** Mesh è pensato per rendere le riunioni online più personali e coinvolgenti e fornisce un lasciapassare per un universo digitale persistente e multiplatforma.<sup>4</sup>



Source Microsoft Mesh



## Esplodere la **creatività** negli ambienti di incontro virtuali

Nel Metaverso le persone si incontrano per comunicare, collaborare, creare, condividere, e lo fanno in modo più coinvolgente ed interattivo. È l'obiettivo che si è preposto di raggiungere **Accenture** con il **progetto Campus virtuale** sviluppato in collaborazione con Microsoft, spazio in cui i dipendenti possono condividere, da qualsiasi luogo nel mondo, momenti lavorativi ed extra lavorativi quali riunioni, presentazioni, pause caffè e party. Il tutto in modalità immersiva ma mettendo al centro l'esperienza personale di ogni dipendente.

*"Abbiamo iniziato a chiamarlo il Nth Floor, questo campus magico e mitico che poteva essere trovato solo nella realtà virtuale. La mia caratteristica preferita è la capacità di imbattersi in colleghi di tutto il mondo e avere conversazioni profonde e significative. Entusiasta dopo ogni evento, ho idee per altri cinque."*<sup>5</sup>

Così Jason Warnke, senior managing director e global digital experiences lead per Accenture

# Metaverso | *Musica* & *Entertainment*

Source Concerto Travis Scott



Esperienze *immersiva*  
ed *emozionali* senza limiti  
di tempo e spazio



Quando si associa il Metaverso all'industria musicale ciò che balza immediatamente in mente è il concerto di *Travis Scott* ospitato dal colosso *Epic Games* nel popolare *videogioco battle-royale Fortnite*. Il concerto ha visto come protagonista il famoso rapper statunitense la cui performance è stata visionata in tempo reale da oltre **27.7 milioni di spettatori connessi da ogni luogo nel mondo**.

Una delle tendenze che sta iniziando a prendere piede nel mondo musicale è la generazione diretta di flussi di entrate derivante dalla connessione tra artisti e fan all'interno dei mondi virtuali.

A differenza, infatti, degli eventi dal vivo, dove al termine dello spettacolo l'artista perde totalmente il contatto con i propri fan, l'esperienza nel Metaverso rappresenta un'opportunità di interazione diretta ed una nuova frontiera di guadagno per questa industria.

Queste piattaforme digitali consentono agli artisti di interagire e connettersi con i fan in modi che non sarebbero stati in grado di replicare nella vita reale e stanno rendendo questi eventi e spettacoli accessibili ed economicamente più convenienti ad un pubblico sempre più ampio di persone; esperienze che fino a poco tempo fa non avrebbero potuto assistere dal vivo, vuoi per la distanza geografica vuoi per i costi che un evento dall'altro capo del mondo può comportare.

Source Concerto Travis Scott



## Tra NFT e Criptovalute: un universo di opportunità per artisti e brand

Mentre l'industria della musica e dell'intrattenimento esplora alternative agli eventi in loco, il Metaverso apre le porte a nuovi scenari digitali che rispondono alle aspettative dei consumatori in continua evoluzione. Anche se l'adozione dei visori VR tra le fila dei nativi digitali non ha ancora raggiunto la massima sommità, gli investimenti massicci dei colossi tech porteranno inesorabilmente ad un aumento esponenziale delle vendite di hardware di ultima generazione e, di conseguenza, ampliaranno la fascia di pubblico disposta ad assistere a spettacoli immersivi nei nuovi contesti virtuali.

*Un fenomeno che, d'altronde, promette di offrire nuove promettenti opportunità, e che nel presente sta generando nuove fiorenti guadagni a famosi artisti musicali come Steve Aoki, Alesso e Don Diablo, è l'NFT.*



Gli NFT sono **gettoni digitali unici** e verificabili memorizzati su Blockchain, **certificati di proprietà di oggetti digitali che possono essere scambiati e compravenduti su un marketplace, durante concerti ed eventi live e on demand o in arene di gaming virtuali**. Con questi gettoni digitali gli artisti più lungimiranti fruttano in pochi minuti quanto i servizi di streaming farebbero loro guadagnare in un intero anno solare. Come promuovere e mostrare gli NFT nello spazio digitale? Con il Metaverso.

Far vivere a fan e clienti esperienze esclusive è ciò che il Metaverso promette di offrire. Con l'integrazione degli NFT l'esclusività si moltiplica e gli spazi immersivi vengono popolati da contenuti originali non replicabili protetti da token che ne attestano l'autenticità e la proprietà. Un'esplosione di opportunità per artisti e brand per raggiungere le nuove generazioni di consumatori e fidelizzarle nel tempo.

# Metaverso | *Ricerche di Mercato*



**Analizzare i comportamenti degli utenti con esperienze di total look gamificate**

Nel Metaverso le persone si muovono, interagiscono e condividono esperienze nella veste di un avatar 3D. Le opportunità per i brand di effettuare test e ricerche di mercato, comunicare in modo originale ed innovativo i propri prodotti e servizi, coinvolgere ed intrattenere i consumatori sono potenzialmente infinite.

Nella città immaginaria edificata da *Nike* sulla piattaforma di gioco *Roblox* gli utenti sfidano le loro abilità competendo in mini-sfide interattive ed esplodono la loro creatività sviluppando a loro volta nuove versioni di gioco.

Prima di iniziare una sfida gli utenti possono selezionare ed indossare virtualmente tute, cappellini, scarpe ed in generale capi di abbigliamento firmati Nike. L'obiettivo del colosso statunitense è monitorare ed analizzare i comportamenti degli utenti all'interno di Nikeland, ed in particolare le scelte e la configurazione dei capi di abbigliamento per vestire i personaggi 3D che abitano questo mondo immaginario. I capi di abbigliamento rappresentano infatti prototipi non ancora messi in commercio che vengono testati nella città Nikeland prima di avviare la produzione di massa.<sup>6</sup>

# Metaverso | *Formazione*

Imparare a conoscere  
il mondo con una *vista*  
*olografica potenziata*

Un settore che trarrà beneficio da questo fenomeno in evoluzione è la formazione. Con l'intrinseca capacità del Metaverso di **tele-trasportare l'utente in ogni luogo e in ogni tempo, la didattica in presenza e a distanza può trasformarsi in un'esperienza potenziata ed emozionale** consentendo allo studente di osservare la Roma Antica del terzo secolo A.C. o l'Egitto al tempo dei Faraoni, o di esplorare nel dettaglio il sistema solare ed i pianeti che lo abitano.

La modalità con cui l'apprendimento viene erogato può trovare un rinforzo positivo nelle esperienze immersive, dinamiche, interattive e coinvolgenti che la combinazione delle tecnologie del presente è in grado di soddisfare. **Nuovi metodi basati sull'apprendimento tramite l'esperienza diretta possono fare la differenza nello studio, ed in particolare nella massimizzazione della memoria e dei risultati scolastici.**



L'accesso all'insegnamento tramite e-learning è oggi possibile grazie alle tecnologie digitali all'avanguardia e alla rete che rendono di fatto il sapere alla portata di tutti.

Il Metaverso promette di far fare il salto di qualità ai tradizionali ed obsoleti metodi di istruzione che limitano le possibilità di apprendimento dello studente. La comprensione di fenomeni complessi e dei più significativi eventi storici che hanno contrassegnato l'evoluzione della civiltà umana passa quindi attraverso il coinvolgimento e l'interazione che gli strumenti digitali, senza limiti di tempo e di spazio, sono oggi in grado di offrire ad enti di formazione ed istituti scolastici.

La **scuola St. Louis di Milano** è una delle prime scuole che **abiliterà l'insegnamento collaborativo e l'apprendimento in Virtual Reality all'interno del Metaverso.**

Gli studenti avranno accesso a **lezioni dal vivo interagendo con studenti di tutto il mondo ed acquisiranno le nozioni attraverso modalità di insegnamento ibride tra sperimentazione fisica, sessioni interattive virtuali ed esperienze immersive** in grado di generare più coinvolgimento e sviluppo cognitivo.

# Metaverso | *Arte*



## Visione immersiva dal vivo e on demand delle opere d'arte

Nell'ultimo periodo molte fiere d'arte hanno previsto l'implementazione di sale di visualizzazione virtuali in sostituzione o in combinazione alle esperienze negli spazi fisici. Le tecnologie immersive, ed in particolare **Realtà Aumentata** e **Realtà Virtuale**, sono in grado di far instaurare un **dialogo attivo tra musei, opere d'arte e spettatori**, di ridurre la distanza tra arte e pubblico ed **aumentare le opportunità di fruizione di mostre ed eventi culturali, coinvolgendo gli utenti e creando momenti di formazione e di approfondimento culturale accessibili a tutti.**

Il Metaverso abilita **esperienze immersive da remoto ed in presenza** facendo convergere due mondi, fisico e virtuale, che fino ad oggi hanno viaggiato su binari paralleli ma separati. Nel settore turistico questa evoluzione digitale si traduce in visite **virtuali guidate dall'artista** di opere rinascimentali e contemporanee, **mostre on demand in Realtà Aumentata con infografiche dinamiche e narrazioni in voice over, esperienze interattive** con applicazioni e giochi che aiutano il visitatore ad avvicinarsi alla comprensione dell'opera d'arte.



Con gli **NFT** la vendita di opere d'arte,  
artistiche e architettoniche si *tinge* di  
digitale



La compravendita dell'opera d'arte *Everydays* di *Beeple* per un importo di 69,3 milioni di dollari è uno dei casi più rappresentativi del potenziale che gli NFT portano in dote. Ciò che in passato non sarebbe stato possibile attraverso la vendita tradizionale degli scatti fotografici e delle creazioni visive dell'artista, è diventato realtà con la realizzazione di un'opera unica in real-life compravenduta attraverso il certificato di proprietà NFT.

*Snoop Dogg* ha appena rilasciato uno degli **NFT musicali** di maggior successo. Per il suo nuovo album, B.O.D.R. (Back on Death Row), ha rilasciato **25.000 Stash Box NFT** a 5.000 dollari l'uno. Finora ne ha venduti 8.800. Sono **44 milioni di dollari** e le vendite sono ancora aperte.

*Pak*, uno dei più rinomati artisti dell'arte digitale e dei **media crittografici**, ha venduto **266.445 copie di un NFT** sulla piattaforma Nifty Gateway, operazione che gli ha fruttato circa **92 milioni di dollari**.

**Gucci, Adidas e Nike** hanno già investito nel digitale mettendo in commercio **copie crittografiche di accessori e capi di abbigliamento** del valore di migliaia di euro, indumenti che gli utenti possono indossare nei **contesti video-ludici** in cui sono soliti interagire.

Qualsiasi **bene** può essere acquistato nel Metaverso: da **lotti di terreno in città immaginarie** come quelle abitabili nelle piattaforme quali *Roblox* e *Sandbox*, all'**accessorio da abbigliamento** che è possibile far indossare al proprio personaggio nel **videogame** preferito, ai **capolavori d'arte** come il Cenacolo di Leonardo Da Vinci che può essere personalizzato, digitalizzato e compravenduto in occasione di **aste virtuali** organizzate da musei, gallerie d'arte o artisti indipendenti.

**Qualsiasi bene può essere acquistato nel Metaverso: da lotti di terreno in città immaginarie come quelle abitabili nelle piattaforme quali *Roblox* e *Sandbox*, all'accessorio iconico da abbigliamento che è possibile far indossare al proprio personaggio nel videogame preferito, ai capolavori d'arte come il Cenacolo di Leonardo Da Vinci che può essere personalizzato, digitalizzato e compravenduto in occasione di aste virtuali organizzate da musei, gallerie d'arte o artisti indipendenti.**

# Metaverso | *Design & Prototipazione*



## Disegnare e Prototipare modelli tridimensionali con *precisione sartoriale*

Con le tecnologie immersive, il team di Londra può comunicare con il team di Tokyo disegnando e manipolando oggetti in modo creativo e interattivo. Sperimentare in un ambiente virtuale o nello spazio consente di comprendere più velocemente lo stato del progetto; anziché iterare con materiali o plastici fisici è ora possibile esplorare rapidamente tutte le possibili varianti e testare a costi ridotti una molteplicità di modelli in modo accessibile da qualsiasi luogo nel mondo.

Le persone si incontrano e raggiungono insieme gli obiettivi interagendo olograficamente in tempo reale ed in modo del tutto naturale nonostante si trovino in paesi diversi.

In questa direzione, il **lancio delle nuove piattaforme virtuali**, per la progettazione multiutente in tempo reale di qualsiasi tipologia di contenuto 3D, stravolge radicalmente i paradigmi di **collaborazione a distanza dei team di ingegneri e designer**. La possibilità di **connettersi da ovunque, e di ottenere le informazioni digitali quando e dove il business lo richiede**, genera nuove opportunità per le aziende per essere rapide e flessibili di fronte ai cambiamenti.

Muoversi ed interagire all'interno dell'ambiente virtuale con una agilità che accelera il processo decisionale e potenzia la risoluzione dei problemi: questo è il **nuovo modo di progettare e prototipare a distanza senza limiti di tempo e di spazio** e con zero impatto sull'ambiente.

Disegna vestito

Modifica materiali

Cambia modello

# Metaverso | *Industria 4.0*



Esplorare *olograficamente* lo stabilimento produttivo con il proprio *avatar tridimensionale*

In ambito produttivo sono numerose le applicazioni già ampiamente implementate che prevedono la visualizzazione sul campo di informazioni digitali che vengono sovrapposte alla vista della forza lavoro per osservare le operazioni da effettuare e ridurre gli errori generati da una scorretta esecuzione di specifiche procedure di lavorazione, di montaggio o di riparazione.

La Realtà Aumentata arricchisce la percezione sensoriale umana mediante la sovrapposizione contestuale di dati e contenuti digitali direttamente nel campo visivo di chi sta compiendo un'attività nella postazione di lavoro. Con la Realtà Aumentata le informazioni del mondo digitale sono mappate visivamente ed integrate nel campo visivo in modo contestuale e pertinente. Questa tecnologia non sposta mai l'attenzione

dell'utente dalla realtà che comunemente abita ma la arricchisce di contenuti in tempo reale per amplificare la visione del mondo che lo circonda.

La **interoperabilità tra Realtà Aumentata e IoT**, con la tecnologia IoT che estrapola e trasmette i dati generati dall'asset industriale che vengono successivamente sovrapposti in tempo reale nel campo visivo dell'operatore tramite visore AR, è destinata a sbloccare nuove applicazioni avanzate che aiuteranno il personale a **risolvere problemi concreti nel mondo reale**.

Abilitato dalle tecnologie Internet of Things e Realtà Aumentata, il **Metaverso** promette di **espandere le opportunità di collaborazione sul campo e da remoto**. La forza lavoro potrà **esplorare gli ambienti industriali con il proprio avatar ed interagire olograficamente in uno stabilimento produttivo**, anche dall'altra parte del mondo, supervisionando le



## Monitorare gli asset industriali con i sistemi di visualizzazione XR

Il Metaverso, o Metaverso AR, è in grado di **sovrapporre un'interfaccia utente 3D alla vista dell'operatore** senza che questo debba distogliere l'attenzione dal proprio compito o attività combinando di fatto mondo fisico e mondo digitale e potenziando la capacità della forza lavoro di **prendere decisioni più informate e consapevoli in tempo reale con un nuovo livello di interazione e coinvolgimento.**

Per raggiungere questo risultato, **raccogliere l'input dal mondo fisico e trasmetterlo contestualmente come output visuale** presuppone un'architettura IoT potenziata e collegata in Cloud che sia in grado di **restituire l'asset industriale con i sistemi di visualizzazione XR.** I traguardi di efficienza e sicurezza ottenibili sul terreno della produttività confermano le potenzialità dell'integrazione tra sistemi esistenti che è destinata ad assumere contorni sempre più definiti.

# Perché Realmore



## Diventa Leader nel *Nuovo* Scenario Digitale

Le aziende di ogni settore si trovano sull'orlo di profondi cambiamenti di paradigma. In un contesto che evolve velocemente, governare le ultime innovazioni presuppone la capacità di saper cogliere le nuove sfide di mercato per non perdere importanti opportunità di guadagno e di crescita. Essere in grado di stare al passo nell'odierno scenario digitale richiede la scintilla della tecnologia.

Il Metaverso è il **nuovo paradigma di interazione tridimensionale**, una delle sfide del panorama globale che è entrata nel presente prepotentemente nel vivo e che promette in futuro di farci vivere esperienze interattive entro un insieme di mondi virtuali interconnessi.

Realmore combina la profonda passione per le tecnologie immersive con la conoscenza pionieristica degli hardware AR/VR. Insieme ai brand e alle aziende creiamo universi virtuali in grado di garantire tutto ciò che il Metaverso come lo intendiamo oggi promette di offrire. **Persistenza, modalità multiutente, interattività e sistemi transazionali.**

Le competenze Realmore spaziano dalla progettazione di **Showroom e Passerelle Virtuali, esperienze interattive on demand e dal vivo**, alle **visite da remoto multiutente** che aumentano le opportunità di fruizione di mostre ed eventi artistici, musicali e culturali.

*Questo è **Tracciare il percorso: Destinazione Metaverso**. Sei pronto ad abbracciare il futuro digitale nel Metaverso?*



- 
- <sup>1</sup> **FORRESTER** <https://www.forrester.com/blogs/consumers-arent-ready-for-the-metaverse-yet/>
- 
- <sup>2</sup> **GARTNER** <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-02-07-gartner-predicts-25-percent-of-people-will-spend-at-least-one-hour-per-day-in-the-metaverse-by-2026>
- 
- <sup>3</sup> **MICROSOFT** <https://news.microsoft.com/innovation-stories/mesh-for-microsoft-teams/>
- 
- <sup>4</sup> **MICROSOFT** <https://news.microsoft.com/innovation-stories/mesh-for-microsoft-teams/>
- 
- <sup>5</sup> **MICROSOFT** <https://news.microsoft.com/innovation-stories/mesh-for-microsoft-teams/>
- 
- <sup>6</sup> **FORBES** <https://forbes.it/2021/11/25/perche-nike-sbarca-su-roblox-aprendo-una-citta-nel-metaverso/>
-

# Chi siamo



Realmore è un'azienda del Gruppo Omicron specializzata in **Realtà Aumentata, Realtà Virtuale ed Olografia 3D** e fornisce una vasta gamma di soluzioni e servizi di strategia, di consulenza e digitali.

Combinando la profonda conoscenza nel **Human Centered Design** con la passione per le tecnologie immersive, Realmore intende rendere **AR e VR accessibili e scalabili per il business.**

Realmore ha creato il primo spazio broadcast AR ludico-educativo in ambiente outdoor presso il più grande Outlet d'Europa, trasformato il Flagship Store di una casa di moda di fama mondiale in ambienti altamente esperienziali,

sviluppato piattaforme di VR Training rendendo fruibile globalmente la formazione per il personale e i clienti di aziende FORTUNE 500, realizzato la prima App per la vendita di dispositivi biomedicali interamente basata su modelli tridimensionali.

**Queste sono solamente alcune delle più importanti creazioni ed innovazioni che Realmore ha fatto negli ultimi anni.**



*Tracciare* il Percorso: Destinazione **Metaverso**



Grazie!