



PROFILO WEB3 ALLIANCE

Web3 Alliance è il primo consorzio italiano che riunisce i player del web 3.0 e si pone come **mediatore culturale** che mette a fattor comune le opportunità che si presentano nel nuovo ambiente digitale e, parallelamente, genera consapevolezza in merito ai rischi di uno scenario del tutto inedito. In particolare, Web3 Alliance assicura un **canale di scambio** di contenuti e best practice tra aziende e Istituzioni e l'universo degli Enablers, con particolare riferimento all'ampio spettro dei soggetti abilitatori di soluzioni che operano in tale contesto.

In particolare, **tra gli Enablers** si trovano:

- Builders, Digital Agency (propositori di soluzioni innovative)
- Platforms (produttori HW e SW, Social Network, Telecom)
- Ventures Capital (finanziamenti di progetti innovativi)
- Start-up selezionate

Il mix tra queste tipologie di realtà, tra professionalità “native” del Web 3.0 e soggetti che hanno già una consolidata expertise nel digital, molto diverse tra loro ma accomunate da un approccio professionale, permette a Web3 Alliance di diventare quel luogo di aggregazione di mondi solo apparentemente lontani, in grado di attirare e orientare investitori e spender. In questo senso, il consorzio costituisce un unicum nel panorama associativo italiano e mondiale, in quanto offre un contesto e una piattaforma di dialogo comune a tutti gli attori coinvolti a diverso livello nello sviluppo dell'evoluzione del web.

L'attività di Web3 Alliance si declina, unitamente ai servizi garantiti alle realtà consorziate finalizzati a dare visibilità e rappresentatività alle medesime, nel supporto alle politiche di recruitment e al superamento del mismatching tra domanda e offerta di profili professionali in un settore ancora parzialmente inesplorato.

Parallelamente, il consorzio mette in campo un'attività di scouting di **finanziamenti/tecnologie**, mentre, sul versante delle attività istituzionali, una parte significativa dell'impegno di Web3 Alliance è rivolto alla supervisione del **quadro normativo**, attualmente in divenire, del mercato del web 3.0, focalizzando aspetti particolari come quello degli smart contract, della proprietà intellettuale o della sicurezza rispetto ai nuovi rischi che il metaverso può implicare. In questo senso Web3 Alliance costituisce un fattore di tutela degli interessi morali e materiali degli operatori del settore.

Infine, tra le aree presidiate, i tavoli di lavoro su formazione, immersività, Intelligenza Artificiale, decentralizzazione, mercato, nonché gli accordi quadro o le convenzioni con piattaforme, tecnologie abilitanti e fornitori che operano in comparti adiacenti a quello di Web 3.0.

Attenzione particolare viene rivolta dal Consorzio alle **start-up** e alla frontiera rappresentata dalle nuove generazioni che per la prima volta si affacciano su questo comparto. Per quanto riguarda le prime, poiché nella mission del Consorzio è incluso l'obiettivo di essere “acceleratore di innovazione”, uno sguardo particolare viene rivolto alle realtà che più si pongono sul mercato con proposte innovative.



Attenzione particolare viene riservata, infine, alle Istituzioni accademiche, con cui Web3 Alliance prende accordi per scholarship, tesi di laurea in azienda, collaborazioni con Master e corsi universitari.

Il **Consiglio direttivo di Web3 Alliance** è composto da:

- Andre De Micheli (CASTA DIVA), Presidente
- Elena Schiaffino (ENGITEL), Vicepresidente
- Fabiano Lazzarini (JAKALA), Vicepresidente
- Lorenzo Cappannari (ANOTHEREALITY), Consigliere
- Marco Epicoco (WEL), Consigliere
- Pepe Moder (IMAGINARS), Consigliere
- Giorgio d'Amore (SMILING), Consigliere
- Ivan Montis, Segretario Generale

Ad oggi gli associati sono 28:

Adobe Systems Italia, Amateru, AnotheReality, Aspotech, Bebit, Bit For Fun, Bluelime, CastaDiva Group, Creationdose, Desidoo.com, Engitel, Ett, GAV Projects, Hallelujah, I Mille, Imaginars, In Target Group, Invesco Management, Jakala, Marketing Multimedia, Melazeta, Neosperience, Notomia, Portolano Cavallo Studio Legale, Smiling, Trevisan & Cuonzo Avv.ti, Wel, WOW Factory

Le nuove frontiere del digitale

• **Web 3.0**

Per Web 3.0 si intende una nuova versione del World Wide Web, "*successore di Internet*" (The Washington Post, 2020), un nuovo mondo dove i servizi e i beni di consumo sono offerti virtualmente in cambio di altri beni virtuali o criptovalute. Dal punto di vista del consumatore, è descritto come un journey vissuto attraverso blockchain, tecnologie di virtual e augmented reality (VR + AR), su AI e metaverso. Tutti i servizi digitali, in parallelo, vengono attrezzati con interfacce e modelli di fruizione propri dell'AR e VR tuttora in uso in ambiti del gaming. Grazie alla decentralizzazione dei dati attraverso la blockchain possono essere studiati nuovi modelli economici e di relazione.

Tuttavia la carenza dal punto di vista normativo potrebbe rendere in certi casi inaffidabile il nuovo ecosistema digitale che richiede investimenti non sempre sicuri dal punto di vista dei ritorni.

• **Metaverso: dimensioni del mercato**

Per quanto riguarda l'**applicazione del metaverso all'industria italiana**, questa **potrebbe raggiungere i 28-52 miliardi di euro entro il 2035** e generare tra i 259 e i 489 miliardi di euro l'anno in Europa, pari all'1,3%-2,4% del Pil mondiale. È quanto emerge dallo studio di Meta «Il metaverso e l'opportunità per l'Unione Europea», pubblicato il 9 maggio scorso, in cui viene



sottolineato come il nostro Paese stia mostrando diversi segnali di adozione del metaverso in questa fase di sviluppo. Infatti, la pubblica amministrazione si sta digitalizzando attraverso il Pnrr con uno stanziamento di 6,1 miliardi di euro. Questo sta portando a cambiamenti che saranno decisivi per il successo del metaverso in Italia, come l'introduzione di un ambiente cloud per la Pa, il miglioramento degli standard di interoperabilità dei dati e il rafforzamento del monitoraggio e della gestione delle minacce informatiche nell'ecosistema digitale nazionale.

Secondo i dati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano 2023, si contano 231 progetti di Extended reality già avviati, di questi 126 appartengono al mondo B2C e 105 a quello B2B. A livello nazionale e internazionale **sono attivi almeno 445 progetti e casi applicativi di XR, da parte di oltre 300 aziende**, e ci sono **212 mondi virtuali**, tra cui i principali e più 'popolati' appartengono al settore del gaming, come Fortnite, Minecraft e The Sandbox.

Ancora secondo il Politecnico di Milano, nel mondo business spiccano le applicazioni di produzione industriale: dei 105 progetti B2B già attivi a livello nazionale, 37 di questi (il 35% del totale) sono attività di Industrial production, che puntano ad aumentare efficienza, velocità e flessibilità delle operazioni all'interno di aziende, fabbriche e stabilimenti.



Marcella Ruggiero – marcella.ruggiero@secnewgate.it 335.214241
Simona La Placa – simona.laplaca@secnewgate.it 339.6720700