

«Web3 e Metaverso Survey 2022»

Una ricerca di The Innovation Group e Web3 Alliance

A cura di:

Ezio Viola, Co-Founder, The Innovation Group

*Elena Vaciago, Associate Research Manager,
The Innovation Group*

**12 OTTOBRE 2022 – IL FUTURO DEL
WEB 3 E DEL METAVERSO**



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT



Introduzione

In un futuro non lontano, le tecnologie Web3, come realtà aumentata e virtuale, Blockchain, NFT e intelligenza artificiale, daranno uno sviluppo enorme alla rete così come la conosciamo oggi: i metaversi, mondi virtuali, immersivi, tridimensionali, saranno un luogo dove realizzare, grazie a una ondata di creazione di contenuti e innovazione, esperienze sociali e sensoriali del tutto uniche.

L'indagine «**Web3 e Metaverso Survey 2022**», svolta da The Innovation Group e Web3 Alliance a settembre 2022 (su un campione di 142 aziende italiane dei diversi settori e di diversa dimensione) ha l'obiettivo da un lato di misurare il livello di conoscenza raggiunto in tema Web3 e metaverso, dall'altro lato, focalizzandosi su un insieme di aziende più avanzate che hanno già attività di studio e primi sviluppi in corso, capire quali obiettivi si danno. Si fa quindi luce sui seguenti aspetti:

- **Conoscenza, adozione e utilizzi delle tecnologie Web3** (Augmented reality (AR), Virtual reality (VR), Non-Fungible Tokens (NFT), Blockchain, Intelligenza Artificiale)
- **Conoscenza del metaverso e del suo valore per il Business.** Freni all'adozione da parte delle aziende, elementi che guidano l'interesse degli utenti o esperienze negative che possono allontanarli
- **Il percorso delle aziende:** utilizzi previsti per il metaverso, tempistiche, stato di avanzamento delle iniziative Web3, sviluppi previsti per staff e clienti
- **Le progettualità delle aziende:** priorità da considerare, aree aziendali coinvolte, competenze richieste, target di mercato, investimenti previsti, risultati attesi.



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT



web3
ALLIANCE

Ringraziamo:



**Eduardo Barbaro, Worldwide
Omnichannel Director, Bulgari**



**Matteo Bianchini, Group CDO,
Design Holding**



**Marina Geymonat, Head of
Innovation Lab, SISAL**



**Corrado La Forgia, VP Operation
Manager and Managing Director,
BOSCH VHIT**



**Francesco Magro, CEO &
Founder, Winelivery**



**Massimo Paloni, Chief
Operation & Innovation Officer,
Bulgari**



**Marco Pietrucci, Head of
Innovation, Terna**



**Luca Pronzati, Chief Business
Innovation Officer, MSC
Cruises**



**Carlo Rodomonti, Responsabile
Marketing Strategico e Digital,
Rai Cinema**



Key Findings /1

L'arrivo del Web3 avrà molti impatti sul modo di comunicare, socializzare, interagire e collaborare. Per le aziende, si aprono nuove opportunità ma anche modifiche rilevanti ai modelli di business.

In questo momento, analizzando la propensione delle aziende italiane a progettare iniziative concrete per il metaverso, si osserva:

- Pur essendo ancora all'inizio di questa trasformazione, **già oggi il 75% delle aziende è interessata** al fenomeno. Di questi, il 64% lo sta studiando, un 7% ha un progetto pilota, solo il 4% lo utilizza. Un 25% invece non lo sta considerando in alcun modo
- Secondo le aziende intervistate, **aspetti ludici, socialità ed esperienze del tutto nuove**, diverse dal reale, guideranno l'adozione da parte degli utenti. Brand Awareness e lancio di nuovi prodotti e servizi sono oggi le principali motivazioni delle aziende per essere nel metaverso
- Servirà ancora tempo, **almeno 3 anni in media**: la tecnologia è poco matura, mancano standard e interoperabilità delle piattaforme
- **Persone competenti, Partner specializzati e tecnologie adeguate** determineranno il successo del percorso verso il Web3.



The Innovation Group

Innovating business and organizations through ICT



web3
ALLIANCE

Key Findings /2

Web3 e metaverso aprono numerose possibilità di **creazione di valore per il business**:

- La possibilità di **entrare in nuovi mercati** (52% delle risposte) e di creare un'esperienza diversa per i clienti (51%)
- Poter sfruttare modelli basati sulla **socialità** delle persone (45% delle risposte)
- La partecipazione ad **ecosistemi innovativi** (42%)
- Differenziazione competitiva e risparmi su tempi e costi sono invece citate da una minoranza di aziende, così come il tema della salvaguardia dell'ambiente.

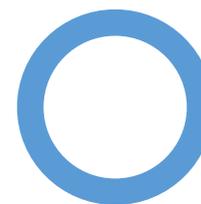
I **risultati attesi** dalla maggiore presenza futura nel metaverso sono invece:

- Far parte di ecosistemi innovativi e aumentare la riconoscibilità del brand (citati rispettivamente dal 53% e 51% degli intervistati)
- Seguono: ampliare la clientela (49%), fidelizzarla (39%) e sviluppare nuove aree di offerta (34%)
- Solo una minoranza (21%) si aspetta di realizzare profitti.

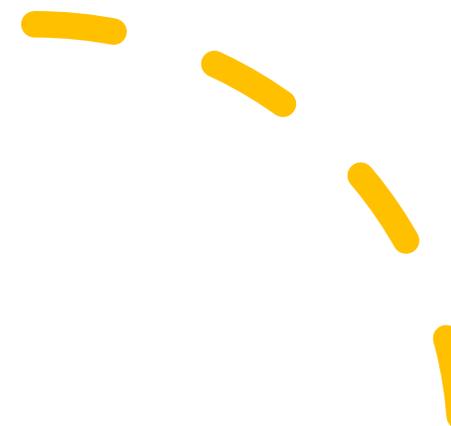


The Innovation Group

Innovating business and organizations through ICT



web3
ALLIANCE



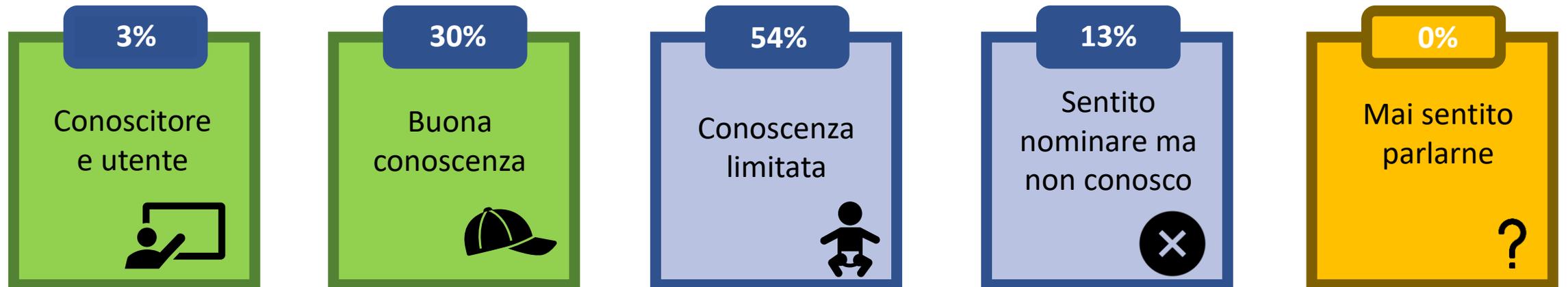
Web3 e Metaverso Survey 2022

- Conoscenza del metaverso e del suo valore per il Business
- Freni all'adozione da parte delle aziende, elementi che guidano l'interesse degli utenti o esperienze negative che possono allontanarli
- Principali piattaforme Web3 / metaversi più noti



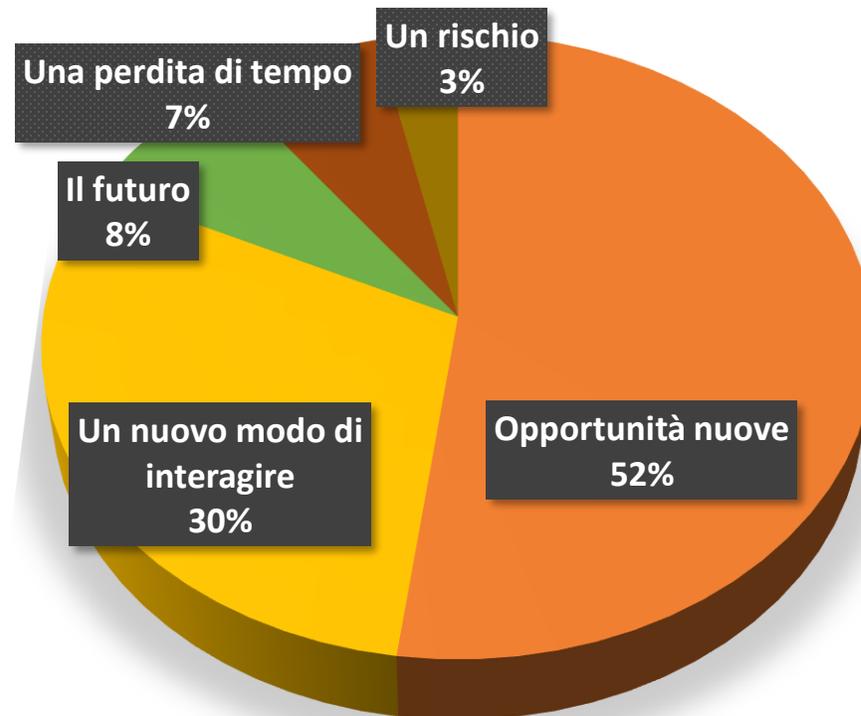
La maggior parte degli intervistati (54%) riconosce di avere una conoscenza limitata del metaverso, ma nessuno non ne ha mai sentito parlare. Un 30% riconosce di avere una buona conoscenza e un 3% è anche un utente

D. Come definirebbe la Sua conoscenza del Metaverso?



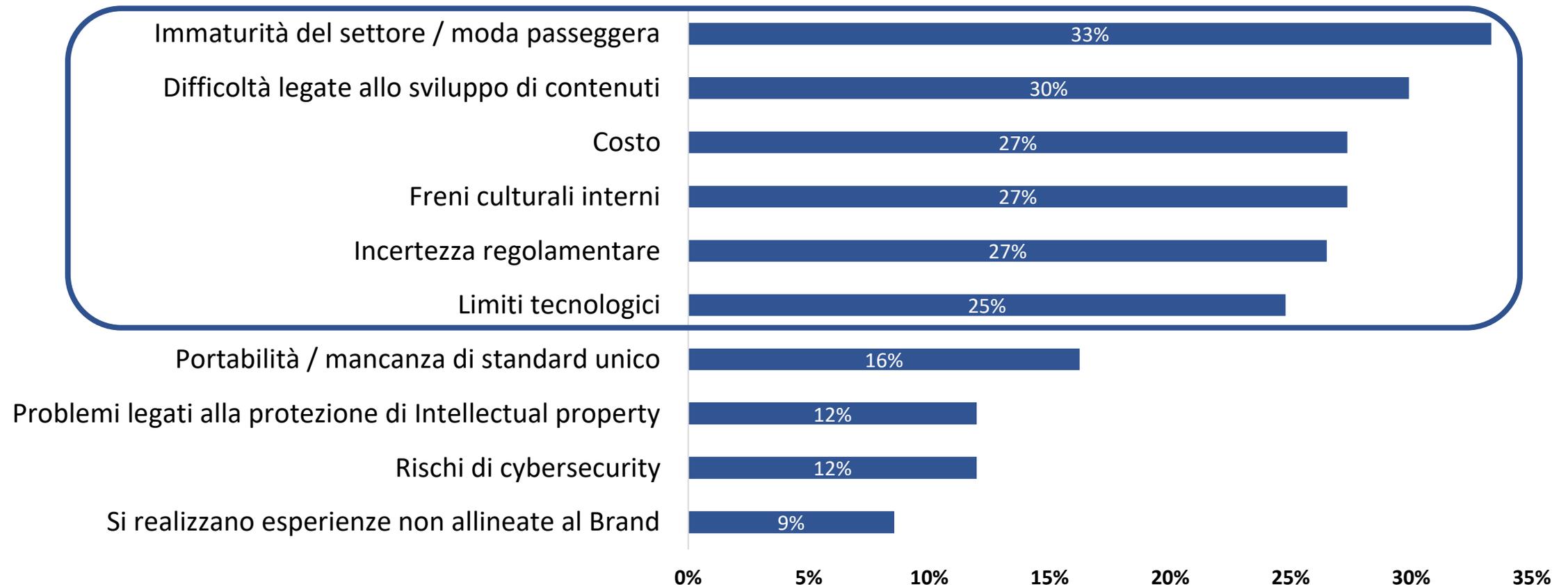
Le aziende hanno grande interesse per lo sviluppo del Metaverso. La presenza delle aziende nel Metaverso è giustificata dalle nuove opportunità che possono essere originate in questi ambienti (52% dei rispondenti). Anche le nuove forme di interazioni, possibili solo in questi mondi virtuali, sono considerate importanti. Solo per una minoranza di aziende è una perdita di tempo (7%) o un rischio (3%)

Dal punto di vista del business, il Metaverso è



Nonostante l'interesse, molti elementi frenano ancora l'adozione del Metaverso: è considerato ancora poco maturo e una moda (*Hype*), oltre che complicato da realizzare, costoso. Manca la cultura interna, non ci sono norme, e i limiti della tecnologia sono numerosi.

D. Quali elementi frenano la Sua azienda nel percorso verso il Metaverso?



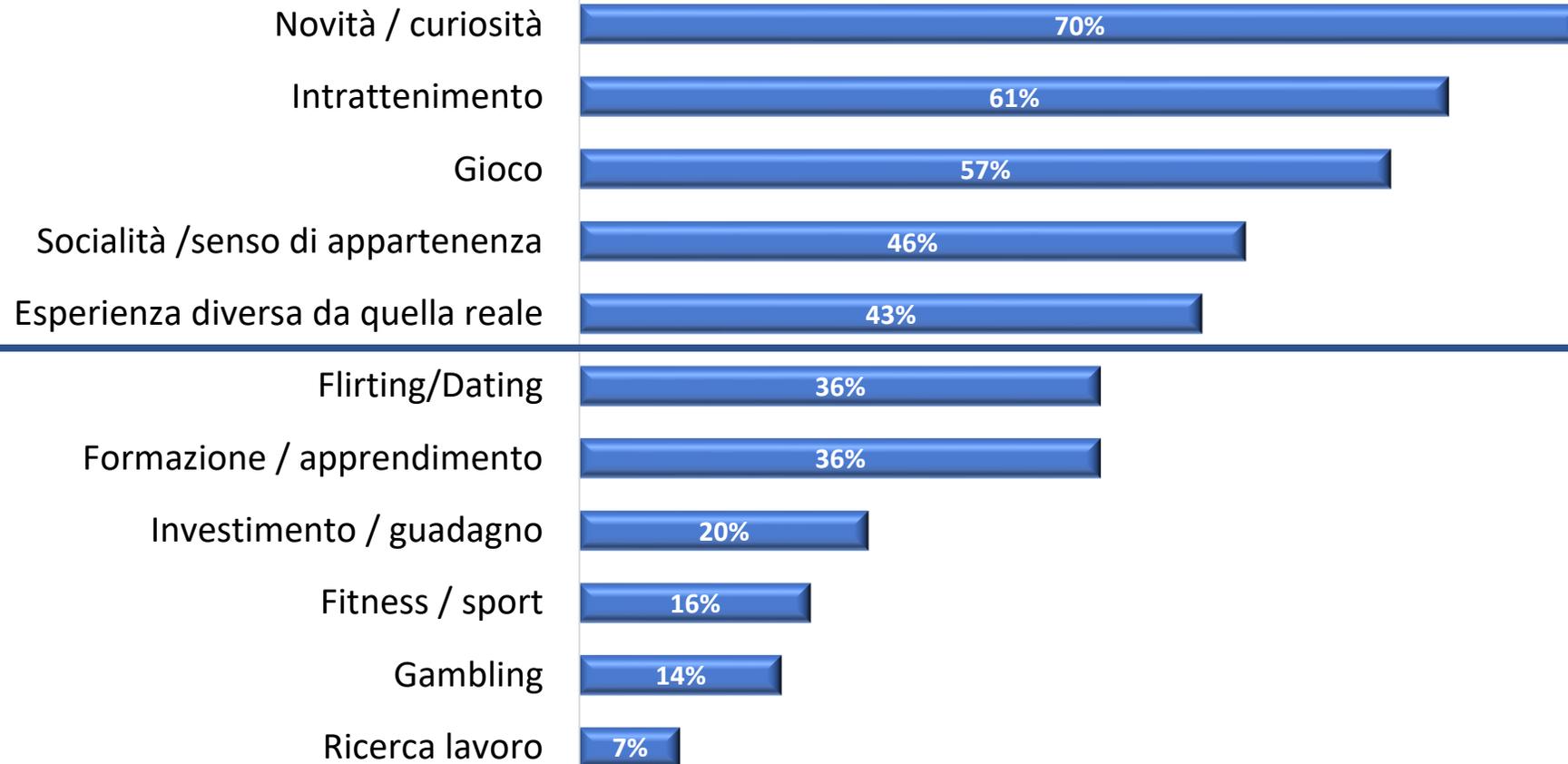
Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022
Altro: Difficilmente adattabile al settore, No finalità commerciali



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

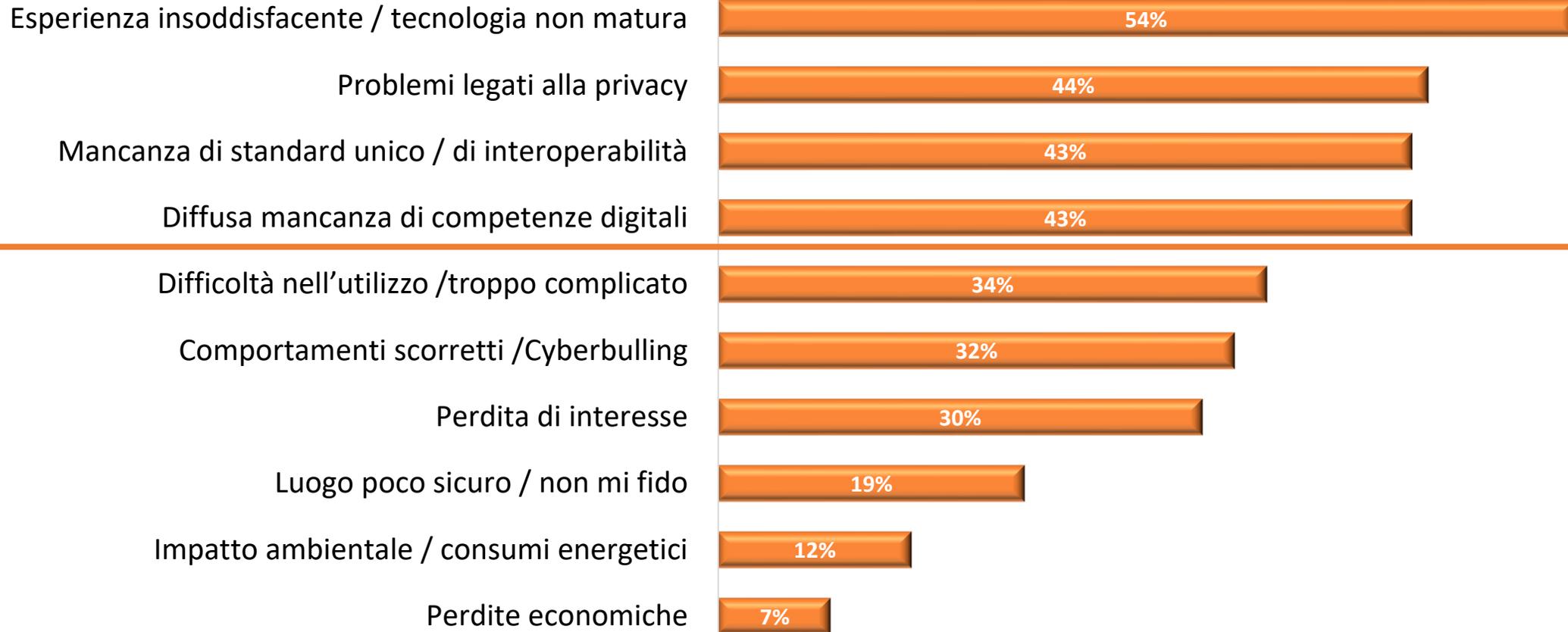
Aspetti ludici, socialità ed esperienze del tutto nuove, diverse dal reale, guideranno l'adozione del Metaverso

Cosa guiderà l'adozione del Metaverso lato utenti, nei prossimi anni



I problemi saranno legati all'esperienza insoddisfacente e alla scarsa maturità tecnologica, a problemi di privacy, a mancanza di standard e di competenze

Quali saranno invece i freni all'uso del Metaverso da parte degli utenti?



Web3 e Metaverso aprono numerose possibilità di creazione di valore per il business

La creazione di valore per il business è associata soprattutto alla possibilità di entrare in nuovi mercati (52% delle risposte) e di creare un'esperienza diversa per i clienti (51%)

Importante per le aziende anche la possibilità di sfruttare modelli basati sulla socialità delle persone (45% delle risposte)

La partecipazione ad ecosistemi innovativi rappresenta un'ulteriore opportunità che è indicata da un numero elevato di rispondenti (42%)

Differenziazione competitiva e risparmi su tempi e costi sono invece possibilità associate al metaverso da una minoranza di aziende

Infine, il tema dello sviluppo di questi modelli operativi per la salvaguardia dell'ambiente è una possibilità remota, considerata da una minoranza

Valore del Web3/ del Metaverso per il business

Quali modelli di creazione del valore ritiene saranno più impattati dalle tecnologie Web3 / dal Metaverso?



Web3 e Metaverso Survey 2022

Il percorso delle aziende:

- Utilizzi previsti per il Metaverso
- Tempistiche
- Stato di avanzamento delle iniziative Web3
- Sviluppi previsti per staff e clienti
- Target a cui rivolgerli



Pur essendo ancora all'inizio di questa trasformazione, già oggi il 75% delle aziende è interessata al fenomeno. Di questi, il 64% delle aziende lo sta studiando, un 7% ha anche un progetto pilota, solo il 4% lo utilizza. Un 25% invece non lo sta considerando in alcun modo

D. Quanto il Metaverso fa parte degli sviluppi innovativi della Sua azienda?



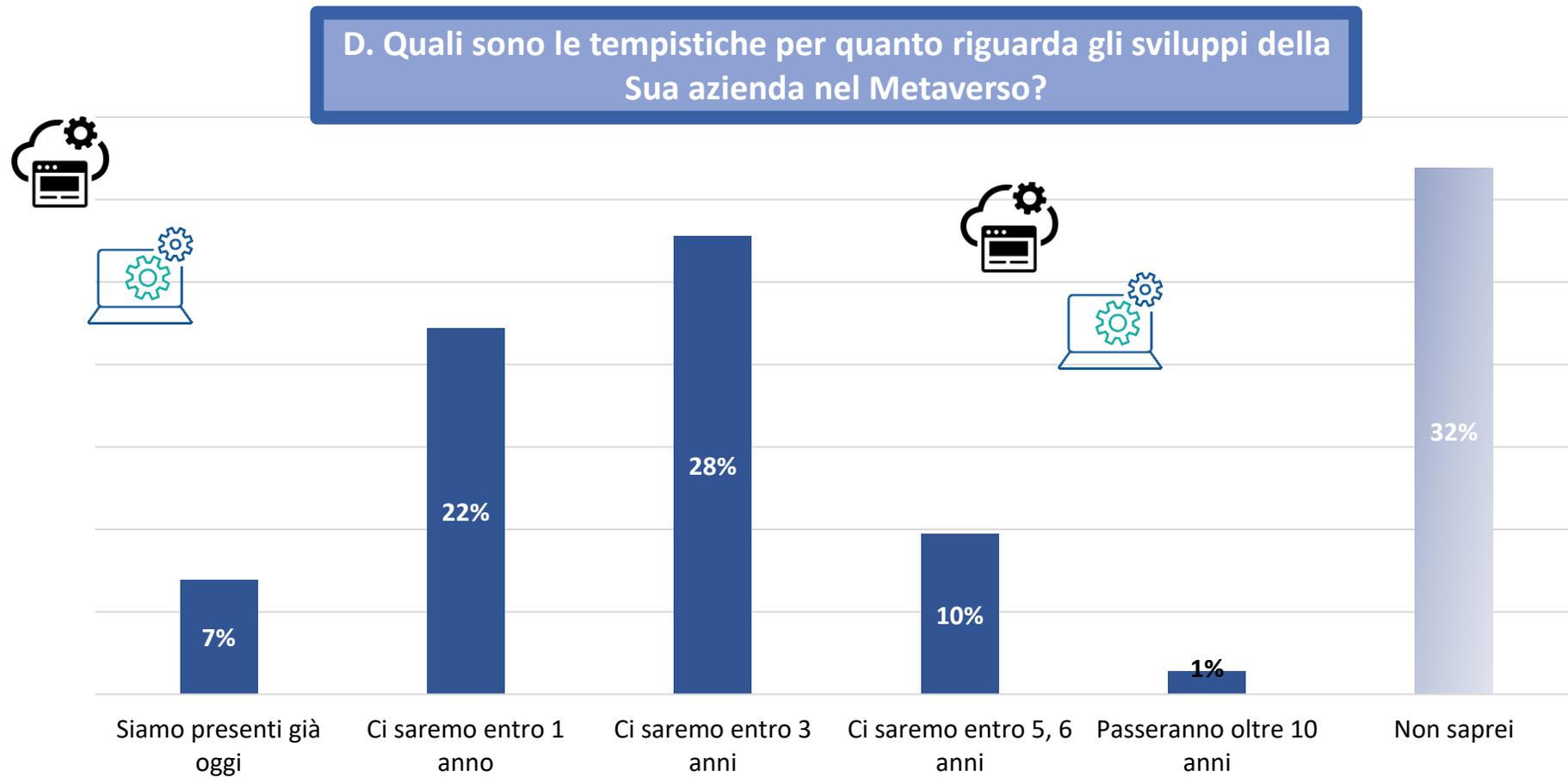
Considerando solo aziende che stanno studiando / stanno sperimentando l'utilizzo del mondo Web3, gli ambiti che potrebbero interessare nei prossimi anni sono:

- Brand Awareness e lancio di nuovi prodotti e servizi sono oggi i principali utilizzi previsti o in essere per il metaverso
- Altri motivi che comunque potrebbero spingere le aziende sono il fatto che il metaverso rappresenta il futuro della rete e la consapevolezza di ottime opportunità per il business
- L'allargamento della customer base è un'altra motivazione forte
- Un 33% di aziende ritiene di essere interessata a parteciparvi come First Mover (ma in realtà sappiamo che questi sono molti di meno)
- Solo il 19% considera la possibilità di avere in questi ambienti maggiori informazioni sul comportamento dei clienti

D. Cosa ha spinto / potrebbe spingere la Sua azienda a interessarsi al Metaverso?



Nel percorso verso il Web3, la maggior parte delle aziende indica un periodo pari a 3 anni



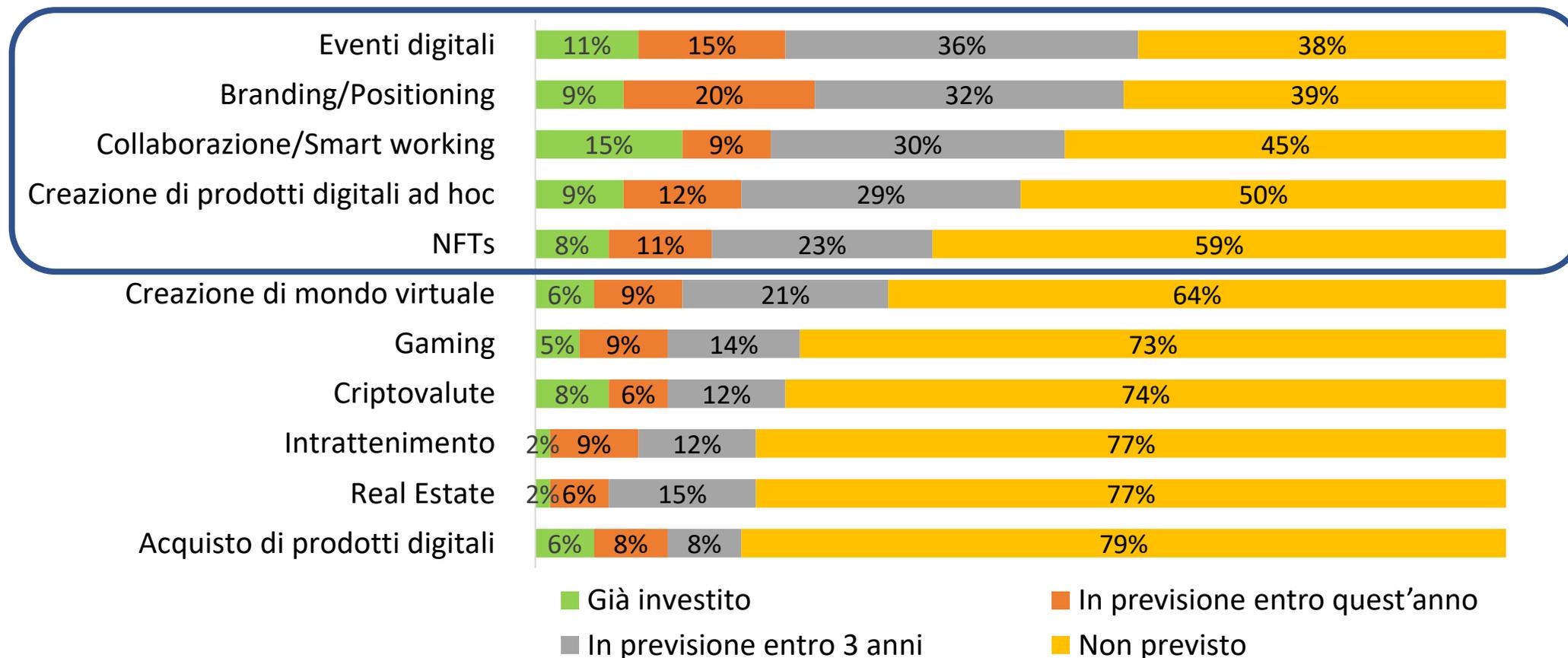
Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

Considerando le aziende che si stanno interessando già oggi al metaverso, i principali ambiti di sviluppo, su cui alcuni hanno già investito o andranno a investire già quest'anno, sono: Branding, Eventi Digitali, Collaborazione virtuale, creazione di prodotti digitali e NFTs

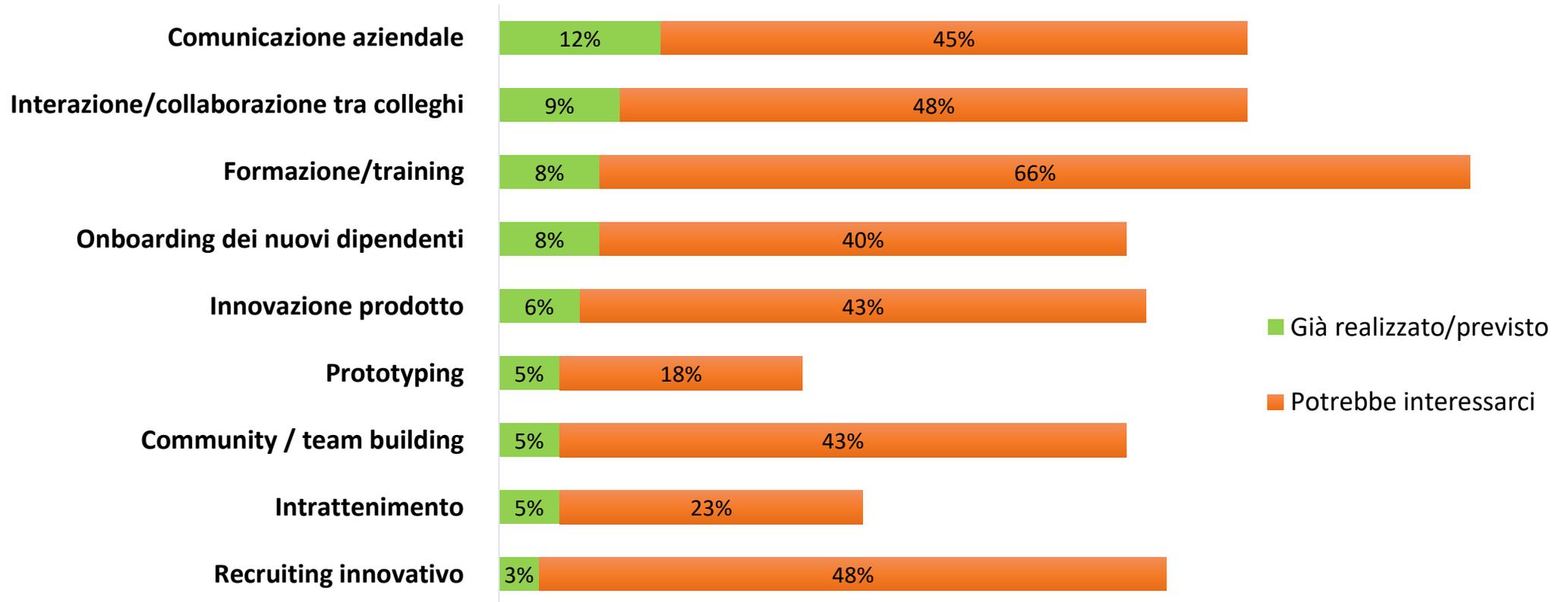
D. In quali dei seguenti progetti per il Metaverso avete investito / prevedete di investire?



Le iniziative già realizzate per lo staff sono poche, ma l'interesse è molto elevato



D. Quali dei seguenti servizi verso i dipendenti prevedete / trovate interessante portare sul Metaverso?



Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022

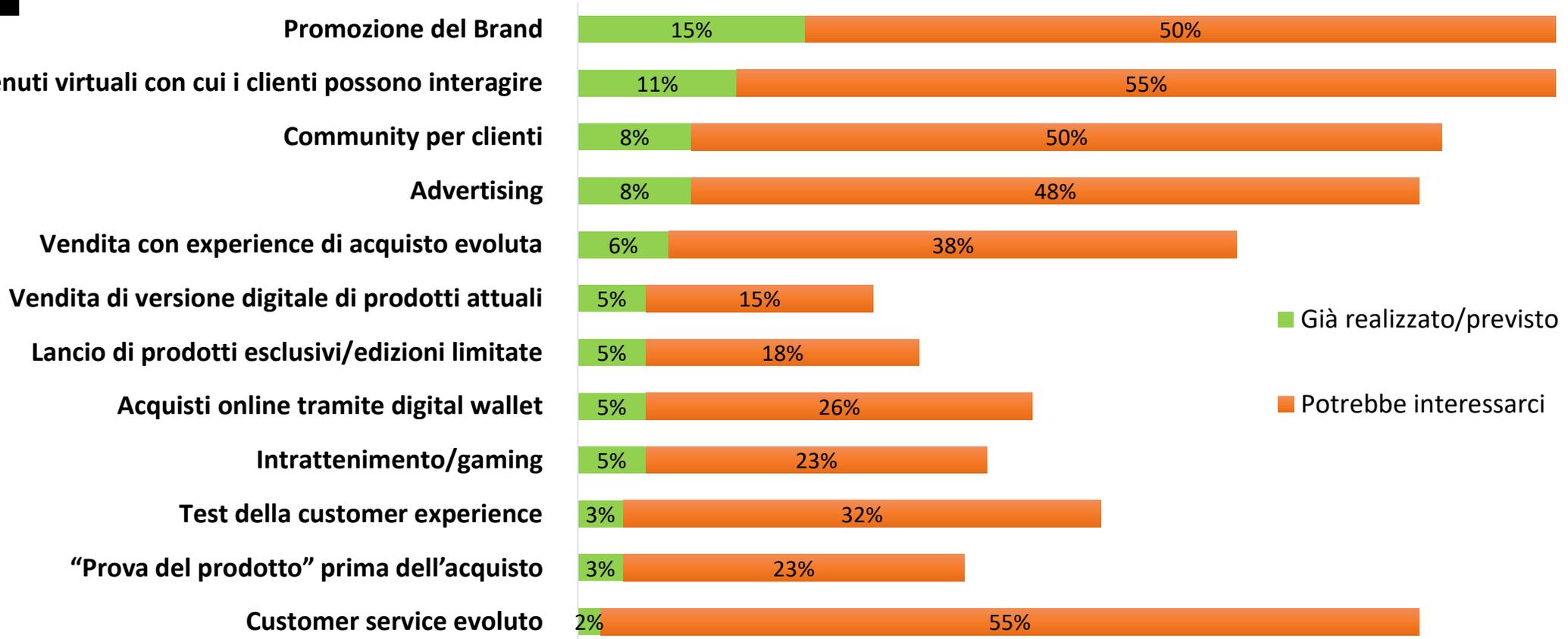


The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

Anche verso i clienti siamo all'inizio di un percorso che vedrà numerosi sviluppi



D. Quali dei seguenti sviluppi verso i clienti prevedete / trovate interessante portare sul Metaverso?



■ Già realizzato/previsto

■ Potrebbe interessarci



Web3 e Metaverso Survey 2022

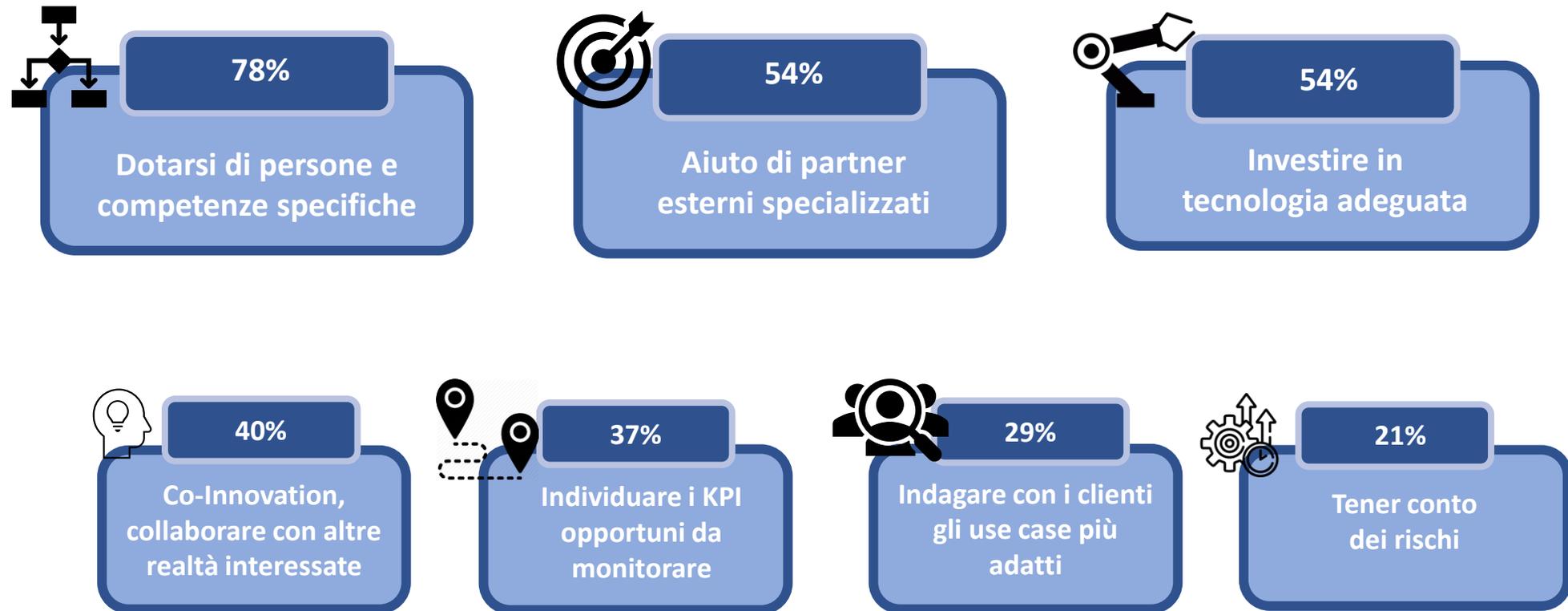
Le progettualità delle aziende:

- Priorità da considerare
- Mercati target
- Aree aziendali coinvolte
- Competenze richieste
- Investimenti previsti
- Risultati attesi



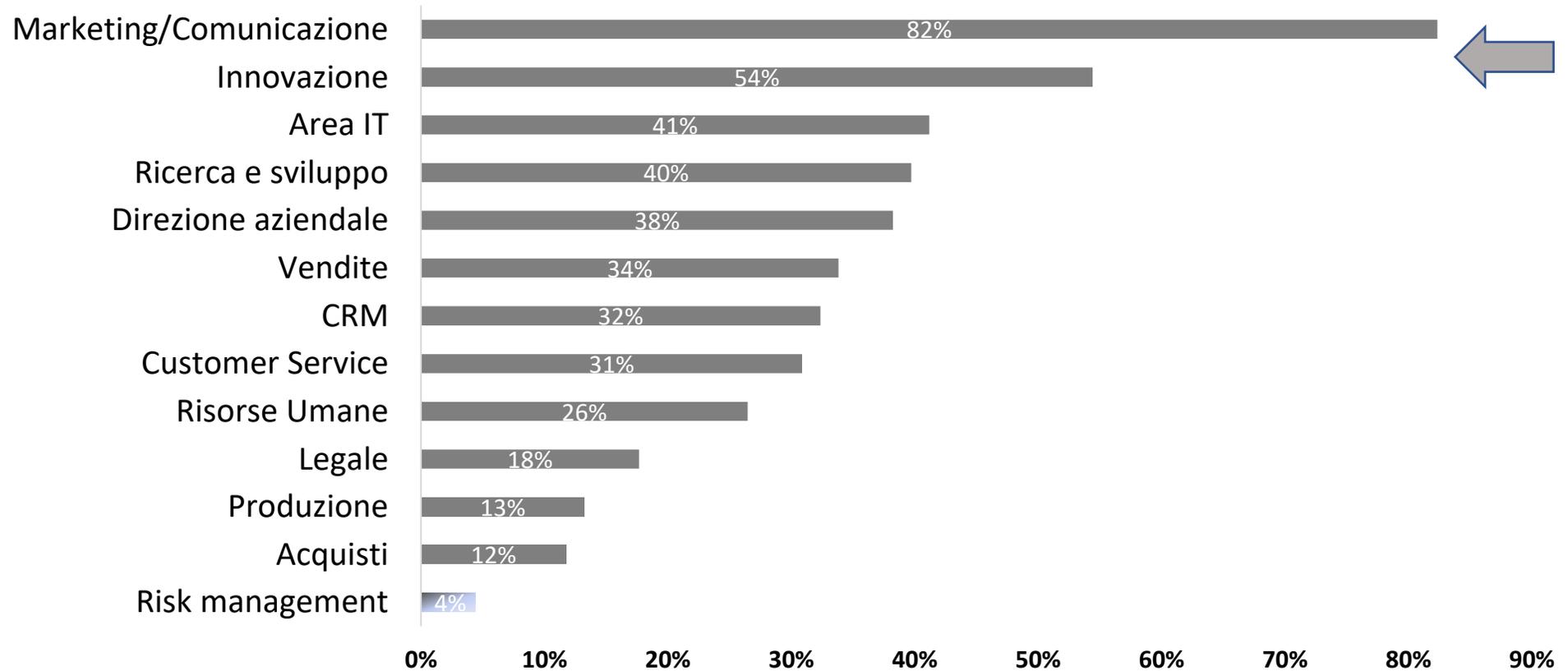
Dotarsi di persone con competenze specifiche, scegliere Partner specializzati e investire in tecnologie adeguate determineranno il successo di un percorso verso il Web3

Le priorità da considerare per il successo di questo percorso

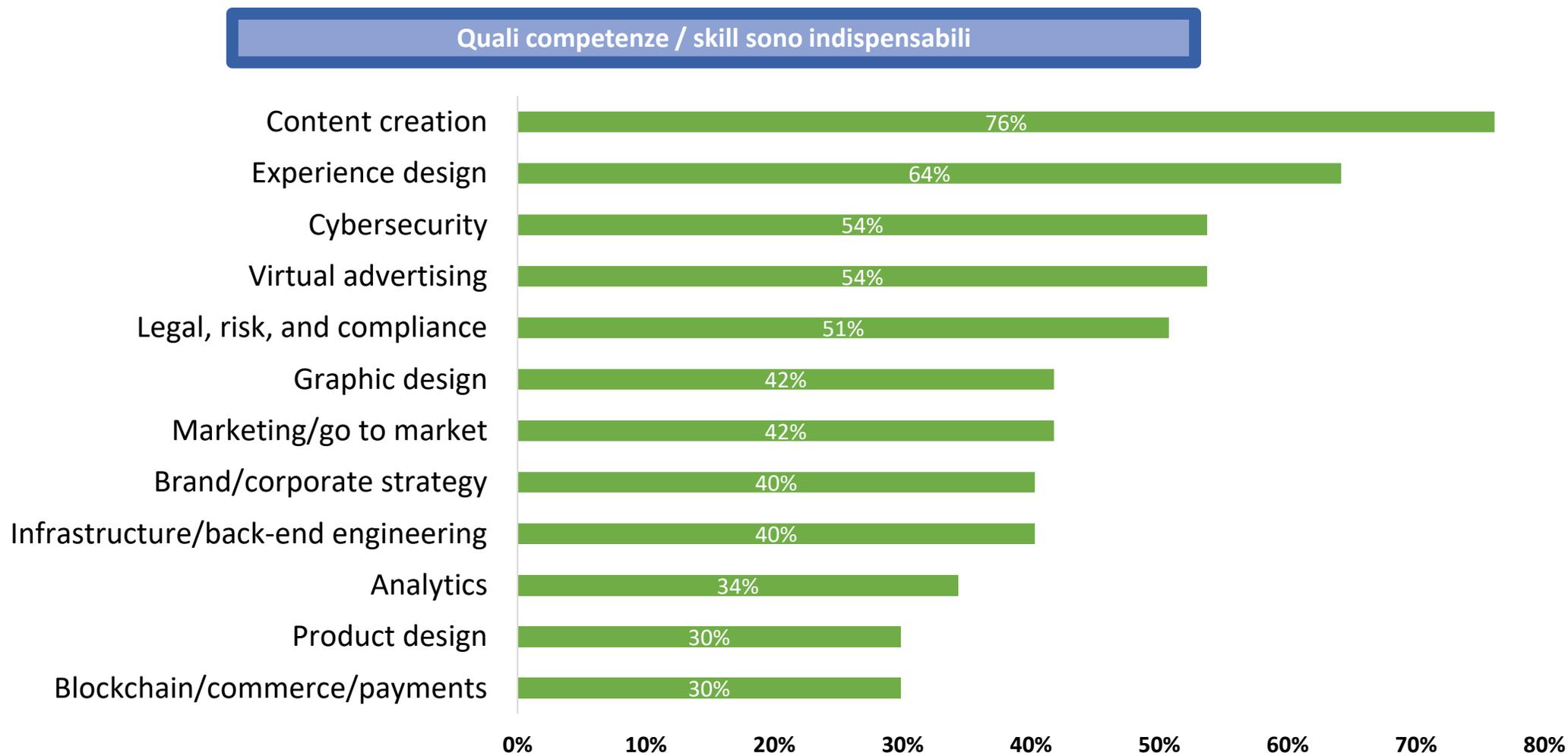


Le aree maggiormente coinvolte sono quella del Marketing e Comunicazione e dell'Innovazione, ma il tema è molto trasversale. Aree che devono collaborare ai progetti sono infatti: IT, R&D, Direzione, Vendite, CRM, Customer Service e HR

Quali aree aziendali sono /saranno coinvolte nell'adozione del Metaverso



La disponibilità di competenze specifiche sarà un punto critico di questi progetti: in particolare, saranno richiesti skill di Content creation, Experience design, Cybersecurity, Virtual advertising, oltre che aspetti legali, di gestione dei rischi e di compliance, essendo tutto l'ambito oggetto in futuro di nuove norme



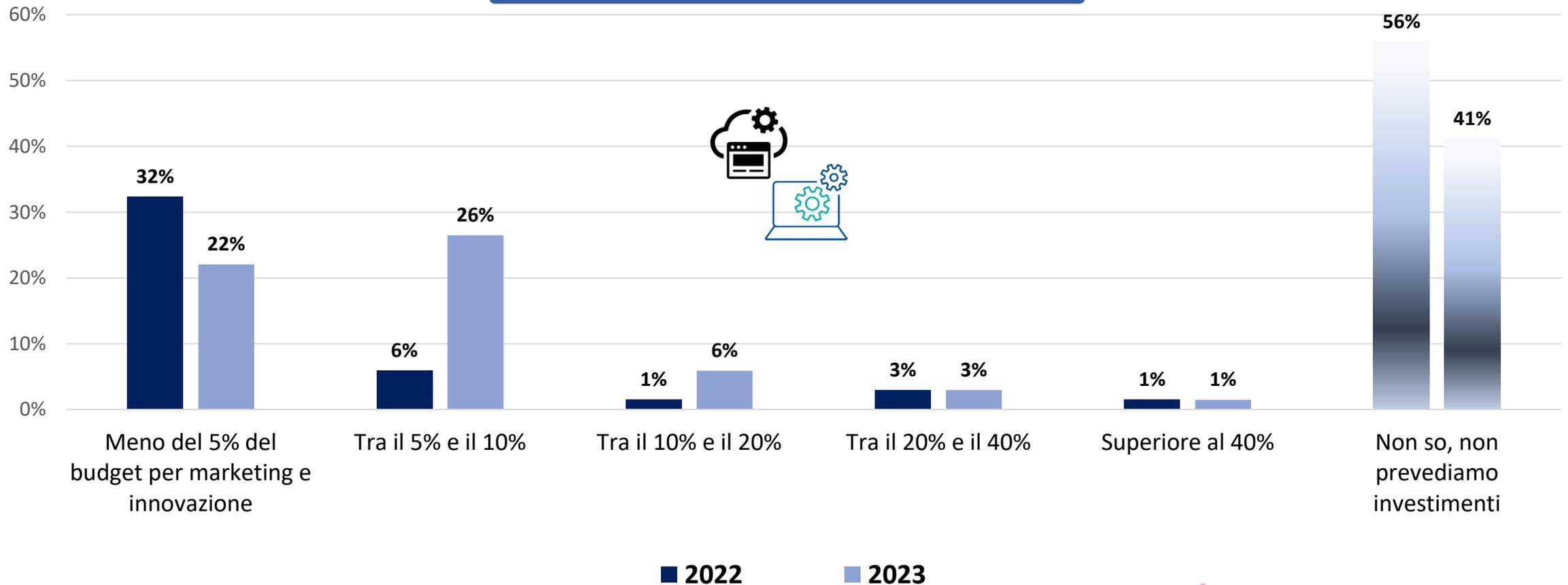
Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

L'investimento medio nel metaverso passa dal 3% del budget di marketing e innovazione nel 2022 al 5% nel 2023, con una crescita dell'80%

Quale budget avete per gli investimenti nel Metaverso? Quest'anno e il prossimo?



Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

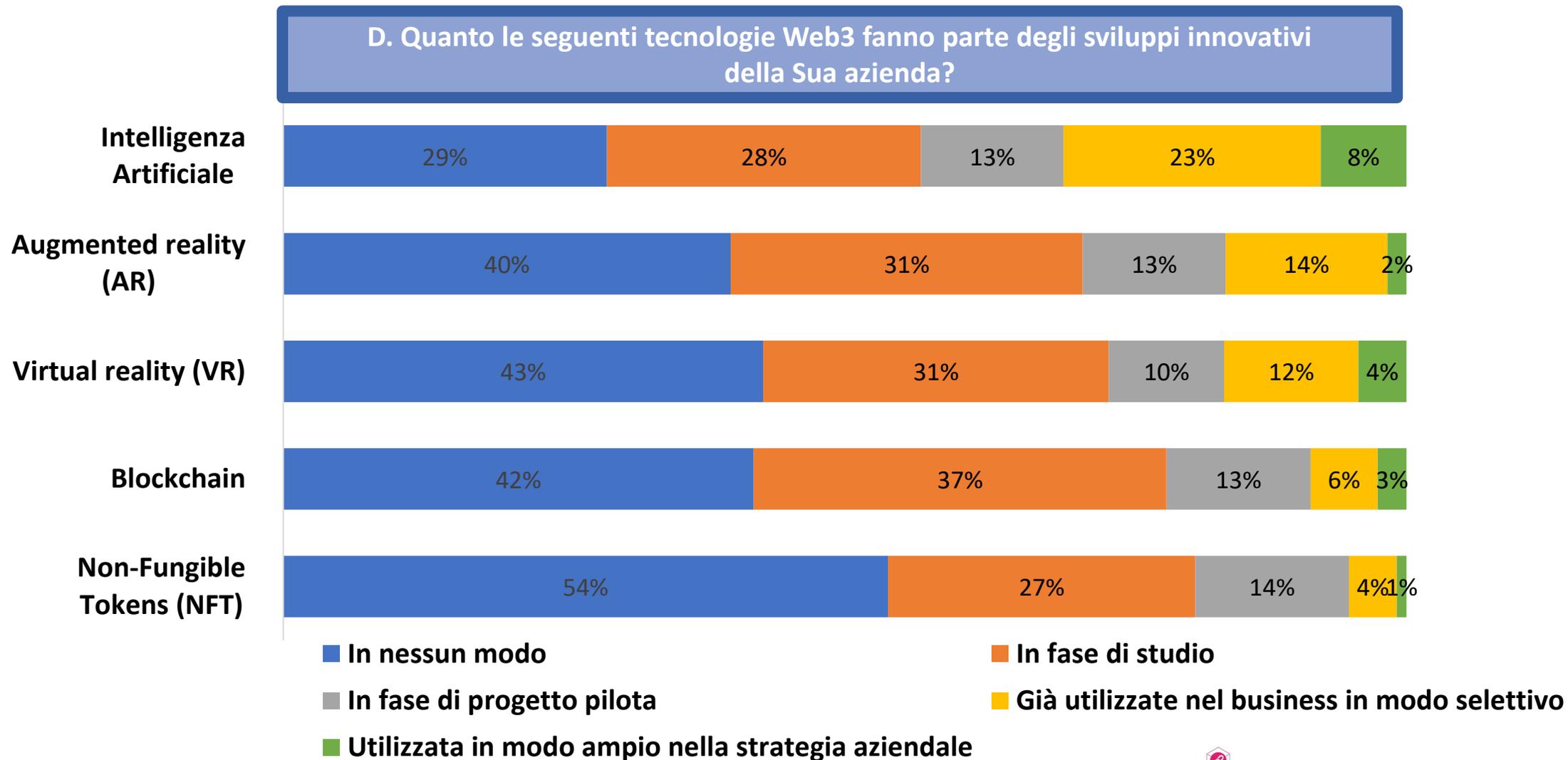
Web3 e Metaverso Survey 2022

Conoscenza, Adozione e
Utilizzi delle tecnologie Web3

- Augmented reality (AR)
- Virtual reality (VR)
- Non-Fungible Tokens (NFT)
- Blockchain
- Intelligenza Artificiale



In termini di utilizzo nel Business, l'Intelligenza Artificiale è sicuramente più diffusa, ma si osservano numerosi utilizzi anche per le altre tecnologie Web3



Fonte: Web3 e Metaverso Survey 2022, The Innovation Group e Web3 Alliance, ottobre 2022



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

Per maggiori informazioni:

The Innovation Group Srl

Tel. +39-02-87285500

Website: www.theinnovationgroup.it

Mail: info@theinnovationgroup.it

Web3 Alliance

Website: <https://www.web3alliance.it/>

Mail: info@web3alliance.it



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT