

[Città](#) | [Cacciatore Trento](#) [Pensioni](#) [Perequazione](#) [Guerra Ucraina](#) [Rave party](#) [Città future](#) [Omicidio Meredith](#)[Home](#) > [Economia](#) > [Impreseitaliane](#) > [Metaverso, Nft e pro...](#)

Metaverso, Nft e prodotti on demand. Le nuove frontiere del luxury

Il Luxury Innovations Summit di Ginevra delinea il futuro dell'industria del lusso coniugando creatività, innovazione e sostenibilità

31 ott 2022

 **Vittorio Bellagamba**
Economia

Festival Metaverso, Giordani: i contenuti chiave per il Metaverso
Quotidiano Nazionale

1:52

Milano, 31 ottobre 2022 - Le nuove frontiere del lusso tra innovazione e sostenibilità. Con questi presupposti si è svolto a Ginevra si è svolto il più importante **summit per il settore del lusso**, capace di unire creatività, innovazione e nuovi, inediti concetti di sostenibilità. Ordine del giorno: **il futuro dell'industria del lusso e il rapporto delle nuove generazioni con il fashion**. Le innovazioni tecnologiche che il lusso può sfruttare e interpretare figurano gli **Nft**, il **Metaverso**, l'AI cioè l'**intelligenza artificiale** e il **blockchain**. Ma il lusso deve essere in grado di coniugare l'innovazione con modelli di crescita sempre più sostenibili.

L'evento, caratterizzato da un forte senso di ritrovato ottimismo e da uno spirito di collaborazione di fondo, ha visto anche la partecipazione del fondatore e ceo di Certilogo, **Michele Casucci**. Mentre i marchi luxury si affrettano ad abbracciare il concetto di dematerializzazione dei prodotti e il volume delle vendite del fashion nel Metaverso continua a crescere rapidamente, si delinea anche la necessità di massimizzare il potenziale di questa nuova opportunità. Emerge così con forza la **necessità di collegare il mondo fisico** con quello **digitale** e di consentire ai prodotti di passare, senza soluzione di continuità, in entrambe le direzioni.



Può interessarti anche: [Imprese in calo: in Italia c'è 'meno voglia di fare'. I dati di Unioncamere](#)

I consumatori che hanno investito in articoli di lusso fisici vorranno poterli portare con sé quando entreranno nel Metaverso. Allo stesso modo, gli Nft acquistati e scambiati avranno un valore aggiunto quando potranno essere facilmente trasferiti al di fuori del mondo digitale in cambio di prodotti e servizi fisici. In quest'ottica si delinea la possibilità per gli Nft di essere utilizzati per la prevendita di collezioni, che verrebbero poi messe di fatto in produzione solo una volta raggiunta la quota stabilita, assicurando che venga così prodotto solo il numero esatto di richieste, creando l'opportunità per ridurre notevolmente gli sprechi. Questa capacità di trasferire i prodotti tra la dimensione reale e quella digitale richiederà un modo per rendere tracciabili e riconoscibili questi prodotti, quasi un passaporto vero e proprio, con un punto di origine unico, certificato e un sistema di autenticazione sicura per tutte le parti interessate, soprattutto per i consumatori.

Nel suo intervento, **Michele Casucci** ha condiviso i risultati di una recente indagine sui consumatori, condotta da Certilogo, che rimarca la **necessità per i brand di coinvolgere più direttamente i consumatori** per ridurre l'impronta sociale e ambientale dell'industria. Si delinea così l'immagine di un consumatore sempre più attento all'ecosistema in cui si muove, che chiede azioni concrete da adottare per stabilire un rapporto più responsabile con il lusso e la moda. Unanime appare la necessità di prolungare la vita del prodotto e di renderlo facilmente riparabile, oltre che semplificare il processo di restituzione al marchio per il riciclaggio al termine della sua vita utile; servizi che l'identità digitale del prodotto potrebbe garantire con facilità.

"Sebbene ci siano indubbi benefici per voler instaurare collaborazioni commerciali con lo spazio digitale, la mia convinzione è che **il settore del lusso dovrebbe andare oltre alla sola idea di ritagliarsi un posto nel Metaverso**, partendo dall'aspirare a un ruolo più attivo per poter plasmare effettivamente la forma che prenderanno metaverso e web 3.0. Questo spazio è ancora ben lontano dall'essere definito, ma proprio per questo abbiamo l'opportunità di partecipare attivamente alla costruzione di qualcosa di straordinario" dichiara Michele Casucci. "Credo che il settore tecnologico, insieme al metaverso, possano trarre beneficio dall'esperienza, dalle competenze e dai valori che la comunità del lusso porta con sé, per creare qualcosa di positivo, evitando quelle difficoltà emerse nel web 1.0 e 2.0" ha poi aggiunto.

La missione di Certilogo è consentire ai brand di creare un'esperienza che fonde il mondo fisico con il mondo digitale, destinata a **clienti sempre più esigenti e iperconnessi**. Certilogo fornisce servizi che aiutano a creare fiducia ed engagement e ad attivare modelli di economia circolare. Certilogo pone online i prodotti dei brand del fashion dal 2006. Inizialmente per avviare la relazione tra brand e consumatore Certilogo ha puntato sulla verifica di autenticità, per poi evolvere il servizio sino a ciò che è oggi: una piattaforma SaaS che permette ai brand di creare percorsi ed esperienze personalizzati a 360 gradi, con risultati misurabili.

Può interessarti anche: [L'inflazione si 'mangia' i risparmi degli italiani. I dati città per città](#)

