



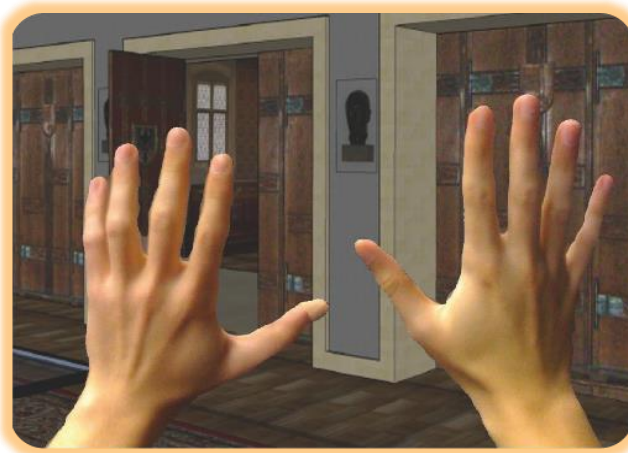
**BRANDING  
E-VOLUTION 22**

## Metaverse marketing: virtuale a chi?

Lucio Lamberti – Politecnico di Milano, School of Management



**AUGMENTED  
REALITY**



**AUGMENTED  
VIRTUALITY**



**VIRTUAL  
REALITY**



**LIVELLO DI IMMERSIVITÀ**



**11,2mln**

*XR Headsets venduti  
(80% prodotti da Meta) <sup>1</sup>*

**\$40mld**

*Valore complessivo  
dei portafogli NFT <sup>2</sup>*

**\$120mld**

*Investimenti complessivi  
nel Metaverso - **2022** <sup>1</sup>*

**\$13mld**

*Investimenti venture +  
private nel Metaverso -  
**2021** <sup>2</sup>*

**27 anni**

*Età media degli utenti  
sulle principali piattaforme <sup>3</sup>*

**800mln**

*Utenti attivi  
su mobile-app AR <sup>4</sup>*

**\$80mld**

*Investimenti Big Tech <sup>3</sup>*  
∞ Meta    ■ Microsoft

**37**

*Numero di piattaforme  
«m-world» <sup>4</sup>*

**300-500mln**

*Utenti attivi  
sulle principali piattaforme <sup>5</sup>*

**79%**

*Utenti  
che hanno acquistato beni  
sulle principali piattaforme <sup>6</sup>*

**\$54 mld**

*Vendite di beni  
Direct-To-Avatar <sup>5</sup>*

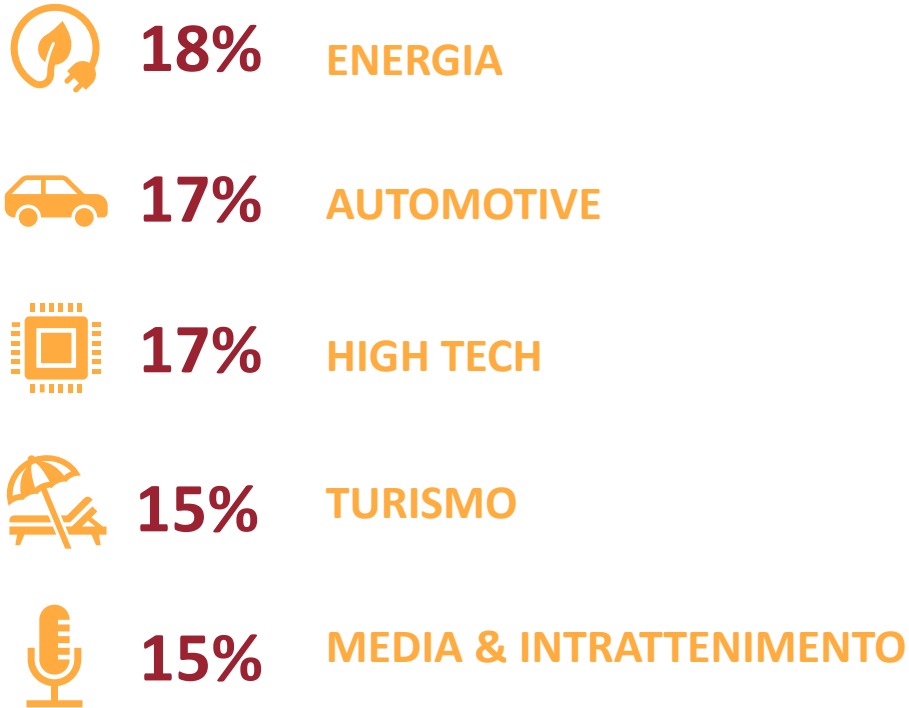
**\$500mln**

*Vendite real estate  
nel Metaverso <sup>6</sup>*

<sup>1 6</sup> [McKinsey](#) <sup>3</sup> [Newzoo](#) <sup>2 4 5</sup> [BCG](#)

<sup>1 2 6</sup> [McKinsey](#) <sup>3</sup> [BCG](#) <sup>4</sup> [Vincos](#) <sup>5</sup> [JPMorgan](#)

# Settori trainanti e proiezioni di crescita



*% budget in investimenti digitali dedicata ad iniziative nel Metaverso nei prossimi 2-5 anni*  
 Fonte: McKinsey



**VR/AR HEADSET**

**1 – 2 trilioni di dollari**

**1 miliardo di utenti**



**PC, GAMING CONSOLE, SMARTPHONE**

**8 – 13 trilioni di dollari**



**5 miliardi di utenti**

Fonte: Citi

- **Hang Time Bundle: skin a marchio Air Jordan**
- **Skin dedicate alla star NBA LeBron James**
- **Presenza Nike LeBron 19 (sport shoes della star NBA)**



# Banking nel Metaverso?



# Immersione ed emozione





# «Metaverso» non ha il plurale

**Un problema senza soluzione è fastidioso...  
Una soluzione senza problema anche di più**

**Target, ingaggio, omnicanalità**

**Tre appuntamenti per farli innamorare**