



Economia - Metaverse Fashion Week, Debach (eToro): il lusso non abbandona la nave

Roma - 29 mar 2023 (Prima Pagina News) "Gucci ha annunciato la collaborazione con Yuga Labs per fidelizzare i clienti e generare entrate".

"Se Disney e Microsoft fanno un passo indietro nei loro investimenti nel metaverso, il mondo del lusso continua a strizzarci l'occhio: AI e Web3 rimangono le tecnologie fondamentali che plasmeranno il futuro dell'industria della moda. La nuova generazione spende molto tempo su piattaforme digitali e/o videogiochi nel vestire i propri avatar e renderli unici e distintivi. La moda ne è consapevole e non vuole abbandonare la nave, nonostante la recente tempesta. Non a caso Gucci (Gruppo Kering) ha ieri annunciato la collaborazione con l'azienda Yuga Labs, famosa per i suoi Ape Yacht Club e per il suo metaverso Otherside. Dietro la collaborazione l'opportunità per Gucci per incoraggiare la fidelizzazione dei clienti e, in ultima analisi, generare entrate. Dopo il 'selvaggio west' del 2021, la correzione attuale offre alla casa di moda la possibilità di sfruttare l'esperienza dei creativi attraverso partnership strategiche. Gucci che proprio al primo settembre 2022 si posizionava in quarta posizione tra i marchi a maggior ritorno sul mondo NFT". E' il commento di Gabriel Debach, market analyst di eToro, in merito alla seconda edizione della Metaverse Fashion Week. "Sembra che neanche il prestigio di Sotheby's sia sufficiente per superare la crisi del mercato degli NFT. Nonostante le stime di Sotheby's che il pezzo più popolare della collezione NFT "Oddly Satisfying" sarebbe stato venduto per €70.000-€100.000 (\$75.500-\$108.000), l'NFT "Eternity" ha raggiunto solo un'offerta massima di €50.800 (\$54.600). Nel complesso, la collezione completa ha guadagnato \$316.000, con il 60% degli NFT che sono stati venduti a meno delle stime di Sotheby's. Questo rappresenta un marcato cambiamento rispetto alle fortissime vendite di NFT da parte di Sotheby's nel 2021, incluse quelle in cui un CryptoPunks NFT è stato venduto per \$11,8 milioni", evidenzia Debach. "Ieri ha preso il via la seconda edizione del Metaverse Fashion Week, dopo il debutto lo scorso anno sul mondo virtuale di Decentraland. Nonostante il minore interesse mediatico, figlio anche dei cali della crescita di utenti dopo il boom degli ultimi anni, molti marchi hanno comunque continuato a realizzare i propri NFT e presenze nel metaverso, creando veri e propri team interni. L'inaugurale Metaverse Fashion Week, tenutasi lo scorso marzo, ha ospitato oltre 108.000 persone che hanno esplorato il mondo dei wearables e della moda digitale. Brand come Tommy Hilfiger, Etro, Selfridges, Dolce & Gabbana, Guo Pei, Paco Rabanne e altri hanno partecipato. Sia le case di moda storiche che i nuovi brand di moda digitale hanno coniato oltre 165.000 oggetti indossabili gratuiti durante l'evento. Sebbene ci siano stati problemi tecnici, ha fornito uno spaccato di come i brand possono costruire le loro narrazioni nel metaverso", continua. "L'evento di quest'anno continuerà nel segno della presenza delle grandi case di moda, da Gucci, Dolce & Gabbana, Tommy Hilfiger, Balmain, Coach per citarne alcuni, ma soprattutto costituirà il primo



grande evento metaverso multiplatforma, all'insegna dell' "interoperabilità" (sebbene il termine non sia proprio corretto) che si svolgerà in più mondi metaversi interconnessi: in Decentraland, Spatial e Over", conclude Debach.

(Prima Pagina News) Mercoledì 29 Marzo 2023