

# Come gli NFT costruiscono ecosistemi di community e creano coinvolgimento

di [Redazione](#)

Publicato il 7 Ottobre 2022

Dai certificati digitali di proprietà alle esperienze esclusive nella vita reale, **i possibili impieghi dei Non Fungible Tokens** sono tantissimi.

Gli NFT potrebbero infatti diventare presto un **nuovo mezzo di comunicazione** fondamentale per le imprese che intendono coinvolgere i propri utenti-clienti in una vera e propria community.

Per entrare nel mondo degli NFT, e più in generale in quello del Web 3.0, servono però **competenze specifiche a livello tecnologico, fiscale e legale**.

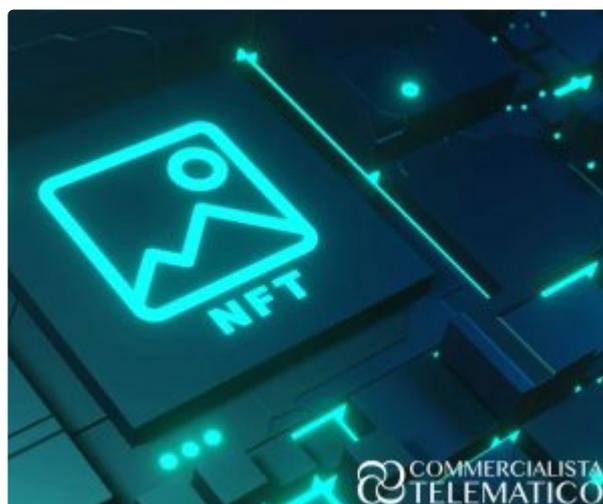
## Dai token alle esperienze abilitate nella vita reale

La campana del **mondo web 3.0** sta risuonando da mesi. Le sue onde sonore si stanno increspando ed espandendo, con un impatto rapido sulle transazioni moderne.

Un **sondaggio del 2021** condotto da **Mastercard** ha rilevato che il **40%** dei consumatori in USA, in Asia, in Medio Oriente e in Africa prevede di utilizzare gli asset digitali per effettuare acquisti nei prossimi 12 mesi.

**Coinbase** ha portato il concetto di Web3 al suo più grande pubblico, quando ha fatto irruzione nel **Super Bowl**.

Anche il governo sta cercando di trovare il modo migliore per **contabilizzare le tasse sulle criptovalute**, man mano che il pubblico acquisisce familiarità con la tecnologia.



Gli **NFT** sono una tecnologia più specifica nell'ambito delle criptovalute che è esplosa nell'ultimo anno, raggiungendo quasi **45 miliardi di dollari** di transazioni.

I **brand di tutto il mondo** si sono lanciati in questo nuovo spazio per innovare ed entusiasmare i consumatori. Addirittura, nel 2021 la **CNBC** ha riportato un aumento del volume di scambi del **704%** tra il secondo e il terzo trimestre.

Con la nostra start up **Moonia**, nata proprio per dare **supporto alle imprese nella formazione e progettazione** in ambito **NFT e Metaverso**, abbiamo notato un **aumento esponenziale di richieste** da parte di aziende italiane interessate al mondo Web3.

[Scopri anche tu come possiamo aiutarti >](#)

Le capacità sbloccate dalla **blockchain** cambiano il modo in cui i marchi possono **interagire con il loro pubblico** attraverso la creazione di grandi ecosistemi di comunità interattive.

Ogni diversa tecnologia blockchain ha le proprie funzionalità, dal prestito di denaro alle assicurazioni, fino a interi **mondi virtuali**.

È all'interno di questi ecosistemi di **comunità** ed **esperienze** che entrano in gioco gli NFT.

## **Ti stai ancora chiedendo cosa sia esattamente un NFT?**

Ecco un breve riassunto: gli NFT sono **token non fungibili**, o **pezzi unici di codice**, di proprietà delle persone.

Si tratta di **beni digitali** distinti da qualsiasi altro e conservati in un **wallet crittografico** collegato direttamente a un **individuo**.

Proprio come il quadro appeso al muro o il biglietto del concerto con il tuo nome e il tuo posto, **gli NFT sono nostri, finché non li vendiamo.**

Ed è proprio questo il punto: le persone associano più comunemente gli NFT a un **oggetto da collezione**. La firma di una celebrità o un'opera d'arte digitale.

Dopo tutto, gli **artisti** sono stati i primi innovatori degli NFT, ricavando enormi profitti da uno spazio che è ancora relativamente di nicchia e poco frequentato.

**Gli NFT sono questo... e molto di più.** Sono un mezzo per trovare, collegare e mantenere **ingaggiato il proprio pubblico.**

### **Il futuro di internet o una bolla speculativa?**

Molto spesso aziende e imprenditori si interrogano sul **futuro della tecnologia blockchain.**

È innegabile confermare che il 2021 ha segnato l'inizio di una **bolla speculativa importante**, che però riteniamo sia anche ovvia, quando parliamo di nuove tecnologie dirompenti.

Normalmente si attraversano **5 fasi chiave:**

1. **Trigger tecnologico:** l'emergere di una tecnologia potenzialmente dirompente.
2. **Picco di aspettative:** La pubblicità precoce crea un'ondata di entusiasmo.
3. **La disillusione:** I primi progetti non mantengono le promesse e il pubblico perde interesse.
4. **Illuminazione:** La tecnologia inizia lentamente a mostrare casi d'uso interessanti e di successo.
5. **Produttività:** È arrivata l'adozione mainstream e le applicazioni di mercato più ampie si sono dimostrate valide.

### **Come gli NFT costruiscono ecosistemi di comunità**

Chiedete a qualsiasi brand marketer e vi dirà che la **creazione di un pubblico fedele** è sempre stata una delle sfide più difficili per qualsiasi azienda.

Gli **NFT** sono la fase successiva per risolvere questa equazione. Offrono ai brand un modo ancora più profondo per **connettere le persone** attraverso interessi condivisi.

Per la prima volta le aziende possono **creare comunità**. Le persone possono condividere **esperienze uniche** all'interno di uno spazio digitale che utilizza gli NFT come valuta per le interazioni, le transazioni e la comunicazione.

Ecco alcuni modi in cui gli NFT possono favorire questo tipo di ambiente:

### **1. Gli NFT come punti di accesso per entrare nelle community**

Uno dei maggiori effetti della tecnologia NFT è la capacità di fungere da **punti di accesso alle community**.

I marchi che ne sono consapevoli non si limitano a rilasciare gli NFT per creare benefici sul breve termine, derivanti da lanci esclusivi e grandi quantità di denaro. Utilizzano gli NFT per trasformare i consumatori in addetti ai lavori.

C'è un valore immenso nel **generare coinvolgimento e fedeltà** utilizzando gli NFT per garantire alle persone **l'accesso esclusivo a materiali, esperienze, merchandise e altre persone**.

In questo modo si aggiunge automaticamente **valore all'NFT vero e proprio**, che passa dall'essere solo un altro oggetto da collezione, a spingere il pubblico a diventare **parte della community esclusiva**.

*Quali utilità speciali puoi sbloccare per chi si unisce alla tua community?*

Questa è una domanda che sicuramente espanderà la tua impronta e invoglierà il tuo pubblico a saltare con te nel Web3.

### **2. Gli NFT come strumenti di *gamification* per incoraggiare la partecipazione**

Grazie ai loro legami con ambienti virtuali come il metaverso e i videogiochi stessi, gli NFT possono diventare token per **gamificare l'esperienza dei clienti**.

**McDonald's** ha esplorato questa strada quando ha rilasciato una collezione di McRib NFT solo a coloro che avevano retwittato la notizia del ritorno del famoso panino su Twitter, incoraggiando la partecipazione e l'engagement del proprio pubblico sul social network. In altre parole, l'NFT come **ricompensa per la partecipazione**.

I brand possono anche prendere spunto dai **videogiochi** che utilizzano gli NFT nelle loro meccaniche. **Axie Infinity** è il più noto, dove l'obiettivo è raccogliere mostri con cui interagire.

Le aziende possono creare NFT da utilizzare in un modo che va al di là dell'oggetto digitale che si trova semplicemente in un wallet. Questo tipo di attività è possibile attraverso i marketplace.

**Attraverso la *gamification*, un NFT funge da veicolo per l'azione e restituisce una ricompensa.**

### **3. Gli NFT come indicatori dell'identità del consumatore**

Non è un caso che molti NFT siano **personaggi, avatar o altre figure**. Con un ecosistema di community che utilizza gli NFT per l'accesso e gli strumenti di coinvolgimento con il vostro marchio, essi sono davvero **l'avatar virtuale del tuo pubblico**.

E, cosa ancora più importante, sono un **elemento cruciale dell'identità dei consumatori** che interagiscono con il tuo marchio.

Alcuni brand hanno sfruttato questo concetto creando NFT che aiutano a **raccontare la storia di una persona**. **Verizon** ha organizzato un concorso chiedendo alle persone di condividere il loro peggior regalo di San Valentino. I regali dei vincitori sono stati trasformati in NFT.

Questi tipi di attivazioni sono più che semplici trovate: stanno esplorando il **modo in cui le persone possono condividere se stesse**. I vincitori del concorso hanno contenuti unici legati alla loro interazione con Verizon. **Per sempre**.

Quindi, quando pensi a **come sfruttare gli NFT per il marketing**, considera il modo in cui potranno occupare un **posto di orgoglio o di importanza per il proprietario**.

### **Unirsi per formare un ecosistema**

Fornendo un accesso esclusivo, **incoraggiando la partecipazione** attraverso la *gamification* e diventando **parte integrante dell'identità digitale del consumatore**, i brand possono utilizzare gli NFT per inaugurare una **nuova era di interazione con il pubblico**.

### **Alcuni casi d'uso reali**

#### **Arte digitale**

La maggior parte delle persone pensa che gli NFT siano solo questo: una bolla speculativa di persone ricche che acquistano JPEG e MP4 senza valore. Ma avere una piattaforma per **comprare, vendere e possedere opere d'arte digitali** o oggetti da collezione è trasformativo per i creatori e i fan.

#### **Immagini del profilo**

Potreste anche aver visto le **immagini del profilo di NFT su Twitter**. Le immagini del profilo sono un ottimo punto di partenza perché sono rappresentazioni uniche della tua identità e hanno una chiara proprietà.

Gli NFT sono un modo per rappresentare la **prova della proprietà**. È più facile dimostrare la proprietà di beni digitali che di beni fisici, ed è per questo che le opere d'arte e le immagini profilo sono stati i primi casi d'uso.

Ma possono essere utili per molto altro. Gli NFT possono essere utilizzati per rappresentare qualsiasi cosa che sia unica, abbia un proprietario e richieda un **certificato digitale di proprietà**.

#### **Domini e nomi utente**

E' possibile acquistare **domini NFT**. Uno dei grandi vantaggi dei domini NFT è che sono **trasferibili** e vanno a collegarsi agli **indirizzi pubblici dei wallet crittografici**.

### **Biglietti**

Allo stesso modo, anche i **biglietti per concerti e altri eventi** si prestano bene a essere rappresentati dagli NFT. Il numero di biglietti è limitato e l'accesso all'evento richiede una prova.

Gli NFT possono **eliminare il problema della falsificazione** e facilitare la verifica dell'autenticità e della proprietà.

Si stima che il mercato dei biglietti online abbia un valore di oltre 30 miliardi di dollari... e sta crescendo rapidamente.

### **Gaming asset**

Si prevede che quest'anno l'industria dei videogiochi realizzerà ricavi per **200 miliardi di dollari**, di cui una parte significativa proviene dagli **acquisti all'interno del gioco**.

Le royalties sul mercato secondario di questi beni di gioco rappresentano un forte incentivo per le aziende del settore a creare un ecosistema basato su NFT. Ma gli asset digitali sono solo l'inizio...

### **Lauree e diplomi**

Il token si presta bene a casi d'uso come **Lauree e Diplomi**. Naturalmente, non si vuole che questi siano commerciabili, quindi si possono rendere **non trasferibili**.

Disporre di una **prova pubblica e standardizzata di diplomi, lauree, competenze e certificazioni** significa che chiunque può verificarne la legittimità. Lo stesso vale per tutti gli altri tipi di certificati o risultati. Ad esempio: LinkedIn potrebbe assegnarti un segno di spunta verificato per la tua laurea o le tue competenze.

### Protezione dalle contraffazioni

Allo stesso modo, gli NFT possono essere utili anche per la **protezione dalla contraffazione**. La contraffazione è la più grande impresa criminale del mondo, stimata in 2 trilioni di dollari all'anno e in continua crescita.

La tecnologia anticontraffazione ha quindi un grande valore. E questa tecnologia si presta per qualsiasi prodotto, da **orologi a vini da collezione**, all'**abbigliamento d'alta moda** e non solo.

### Identità

A proposito di contraffazione, il **furto/verifica dell'identità** è un altro enorme problema del mondo reale che può essere risolto con gli NFT.

Negli Stati Uniti, oltre **15 milioni di cittadini** subiscono ogni anno il furto di identità, con danni per oltre **50 miliardi di dollari** all'anno.

*Come possono gli NFT d'identità risolvere questo problema?*

- sono **unici** e non possono essere falsificati
- forniscono uno **standard globale**
- possono essere **facilmente verificati**
- possono essere **bloccati a un wallet specifico**
- possono essere **revocati** in caso di perdita o furto del wallet.

Questo potrebbe essere uno dei casi d'uso più importanti per gli NFT. Immaginate uno standard di identità globale in tutti i Paesi, che non possa essere falsificato o rubato, che sia digitale, facile da verificare e che protegga i vostri dati privati.

### Appartenenze e governance

Anche le **membership digitali e fisiche** possono utilizzare gli NFT per verificare i requisiti di accesso.

Le identità NFT possono anche risolvere problemi come la verifica dei voti. Se ricordate le elezioni americane del 2020, non c'è bisogno di spiegare perché questo è un problema che vale la pena

risolvere. La semplicità del voto online può anche aumentare l'affluenza alle urne.

### Proprietà intellettuale

Gli NFT possono essere utilizzati anche per **proteggere la proprietà intellettuale**. Questo può consentire ai creatori di guadagnare royalties dalle loro creazioni. Gli NFT hanno due proprietà chiave:

- **Verificabilità:** la proprietà intellettuale è chiaramente definita e pubblicamente verificabile.
- **Standardizzazione:** apre le porte a piattaforme che consentono ai creatori di guadagnare royalties.

### Diritti sui contenuti

Monetizzazione senza copyright = maggiori opportunità per tutti. La **musica** è un caso d'uso piuttosto ovvio. Attualmente i musicisti guadagnano pochissimo da piattaforme come Spotify e Apple Music.

Il web 3.0 teorizza una cosa molto semplice: ascolto libero per tutti, proprietà per pochi. Ma con la vendita di qualche migliaia di NFT un musicista guadagna molto di più rispetto alle misere percentuali riservate dalle case discografica a fronte di milioni di dischi distribuiti.

### Crowdfunding

Gli NFT possono essere utilizzati dai creatori anche per il **crowdfunding**. Gli investitori possono ricevere NFT che rappresentano **diritti su future royalties**.

### Esempi di utility NFT nel mondo reale

Ci sono quindi molti buoni esempi di creatori che apportano **valore digitale** ai loro titolari. Ma alcuni marchi stanno portando le loro collezioni **offline**, consentendo ai titolari di NFT digitali di ottenere alcuni **vantaggi anche nel mondo reale**.

### **Una cena esclusiva a New York grazie a un NFT**

Per esempio, il **Flyfish Club** offre ai soli titolari degli NFT l'accesso ultra-esclusivo a un'esperienza di dining club in un ristorante privato di 10.000 metri quadrati nel cuore di New York. I titolari di Flyfish hanno inoltre accesso a eventi straordinari che si tengono nel ristorante, tra cui la cocktail lounge, la sala omakase e la sontuosa zona pranzo all'aperto.

### **Ottenere prodotti fisici non più disponibili**

I brand stanno collegando gli NFT con altri vantaggi, tra cui la promozione di prodotti fisici. Con la collezione *Meta Optimist*, il marchio cosmetico **Estee Lauder** permette ai proprietari di accedere a prodotti esauriti.

### **Conservare un prodotto fisico in un caveau**

Il caveau è un concetto molto interessante. In questo caso, l'NFT rappresenta un prodotto fisico e serve come prova di autenticità, verifica della proprietà e **diritto di riscatto** del prodotto corrispondente in qualsiasi momento da parte del titolare dell'NFT.

L'anno scorso **StockX** ha rilasciato NFT di scarpe da ginnastica molto rare, ognuna delle quali rappresenta un paio di scarpe conservate nel suo caveau di massima sicurezza. Questo ha molti vantaggi: i titolari possono essere proprietari dei prodotti senza doverli conservare. È anche un'esperienza di trading nuova, più veloce, più economica e più efficiente per coloro che acquistano per investire o rivendere.

## **Come approcciarsi al mondo Web 3.0 e agli NFT**

In conclusione, la cosa più importante che ci sentiamo di condividere con le imprese oggi è quella di **iniziare un percorso formativo sul mondo Web3.**

Entrare in questo spazio non significa necessariamente proporre alla propria audience di consumatori oggetti digitali da collezione.

**L'ingresso deve essere ragionato e le aziende devono essere consapevoli delle possibilità.**

La formazione aziendale è fondamentale, per poter far fronte ad un nuovo **rivoluzionario mezzo di comunicazione** con i propri consumatori.

Ecco allora che entra in gioco **Moonia**, il laboratorio italiano del mondo Web3, nato a gennaio 2022 proprio con l'intento di **assistere e formare le aziende** sulle nuove tecnologie ed i nuovi fenomeni legati a **Metaverso, NFT, Blockchain, Criptovalute** e tutto ciò che coinvolge questo **nuovo mondo digitale**.

 **Moonia**  
Un **team di esperti** nel settore **tecnologico, fiscale, legale e creativo** sarà a tua disposizione e ti guiderà passo a passo in questo settore inesplorato.

[Richiedi una prima call di consulenza gratuita >](#)

Redazione

Venerdì 7 ottobre 2022