

di Stefania Peveraro

Anche se i comuni mortali non hanno ancora ben chiaro che cosa siano il metaverso e il web3, gli investitori di venture capital già dal 2010 e sino a metà 2022 vi hanno investito 115,5 miliardi di dollari, spalmati su 3327 aziende e 9661 operazioni, secondo i calcoli di Pitchbook, scommettendo sul fatto che questo nuovo mondo sarà in grado di generare molto più valore.

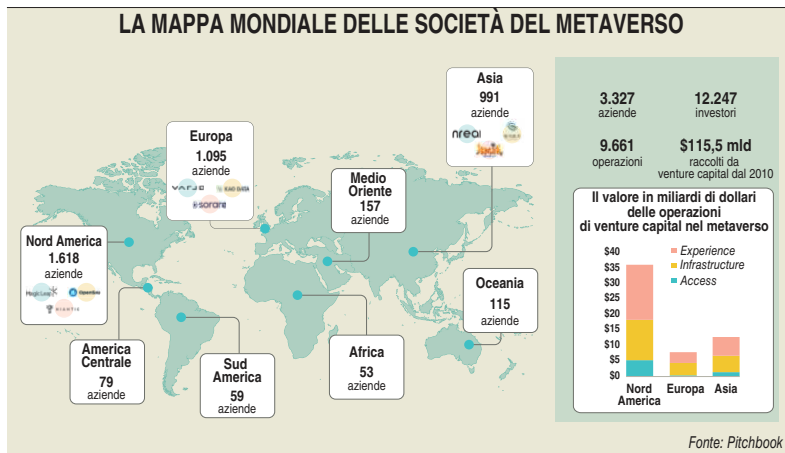
Secondo uno studio di McKinsey diffuso lo scorso giugno, si parla infatti di una cifra sino a 5 trilioni di dollari di valore entro il 2030, mentre JP Morgan in suo studio dello scorso gennaio riprende la previsione dell'asset manager crypto statunitense Greyscale pubblicata nel novembre 2021, che indicava addirittura un potenziale di ben un trilione di dollari all'anno. Ma proprio perché la torta è così ricca, se si mettono insieme gli investimenti in metaverso e annessi messi in cantiere sia da startup sia da aziende più strutturate sia da investitori di venture capital, secondo un calcolo di McKinsey, che utilizza dati CrunchBase, si arriverà alla cifra mostre di 120 miliardi di dollari nel 2022, cioè più del doppio dei 57 miliardi di dollari già investiti nel 2021.

Semplificando, si può dire che il Metaverso è una evoluzione di internet, uno spazio di realtà virtuale in cui gli utenti possono interagire con altri utenti come se si trovassero fisicamente presenti, si passa quindi da uno spazio social bidimensionale a uno tridimensionale, il tutto sorretto da una tecnologia blockchain che traccia e protegge i dati degli utenti e sulla base della quale viene costruita un'economia decentralizzata, il cosiddetto Web3.

Viste le opportunità di crescita

NUOVE FRONTIERE/2 La realtà virtuale ha generato investimenti di startup e venture capital per 120 miliardi nel 2022. Si muovono anche club deal e family office: le iniziative di Fortiland e Azimut. I prodotti per il retail

Pronti all'immersione



del mercato, non sono più soltanto gli investitori istituzionali a volerle cogliere. Così, accanto ai grandi fondi di venture capital, si stanno sviluppando via via veicoli di investimento dedicati a family office e club deal di privati Hnwi e non solo. Anche in Italia. A questo proposito per esempio proprio pochi giorni fa è nato Fortiland digital assets, iniziativa di matrice italiana, sebbene con sede a Londra, nata per investire appunto in asset digitali e in particolare in progetti relativi a Web3, Metaverso, Nft, blockchain e DeFi (cioè finanza decentralizzata). A guidare l'iniziativa è Raffaele Petrone, con un passato in Armonia sgr, DBay Advisors, Lfpi e fondatore nel 2020 dell'operatore di pri-

vate equity Fortiland. Promotori del progetto al fianco di Petrone sono Smart Capital, holding di partecipazione finanziaria partecipata da varie famiglie di imprenditori che in logica di club deal, e la partecipata Knobs, focalizzata su progetti complessi basati su tecnologia blockchain e IoT.

Mentre l'anno scorso Azimut, con la piattaforma prodotto lussemburghese Azimut Investments è stata lanciata il fondo AZ Raif digital assets, riservato alla clientela professionale, che investe in criptoalute, digital asset, Etf, fondi ed equity di società fintech o blockchain-linked. Non solo. Azimut lo scorso luglio ha anche acquisito il 20% della maltese Diaman Partner, asset mana-

ger maltese focalizzato su strategie quantitative e crypto asset, suggellando la decisione di Azimut Investments di nominare la stessa società maltese gestore delegato del nuovo fondo AZ Raif II digital assets, aperto anche a investitori retail.

Etf e strumenti dedicati

E sempre per portare alla più ampia platea di investitori l'opportunità offerta dal metaverso, sono ormai parecchie le case di asset management che hanno strutturato prodotti anche alla portata degli investitori retail e quindi fondi di investimento aperti, Etf e certificati ad hoc.

Tra gli ultimi fondi nati disponibili anche sul mercato italia-

no c'è per esempio l'Invesco Metaverse Fund che individua e investe in società ad alto potenziale, che contribuiscono a facilitare l'accesso o beneficiare della creazione di mondi virtuali immersivi per consumatori e imprese.

Quanto agli Etf, lo scorso settembre è stato quotato a Francoforte, Londra e Milano quello di Franklin Templeton, cioè il Franklin Metaverse, che seguirà le sorti dell'indice Solactive global Metaverse innovation net total return index. Pochi giorni prima era stato quotato a anche l'Etf di Fidelity International, battezzato Fidelity Metaverse, che replica l'indice Fidelity Metaverse Esg Tilted che a sua volta tiene traccia delle società di tutto il mondo che operano nell'ecosistema del metaverso, filtrati in base a criteri Esg (ambientali, sociali e di corporate governance). E sempre a inizio settembre anche l'asset manager britannico Legal & general investment management ha quotato il suo L&G Metaverse Esg Exclusions Ucits Etf a Londra, Francoforte, Milano e Zurigo.

Lo scorso marzo l'emittente Etc Group ha stretto una partnership con HANetf per lanciare quello che è stato il primo Etf d'Europa dedicato al metaverso, battezzato Etc group global metaverse, indicizzato al Solactive Etc group global metaverse index. E sempre a marzo anche Roundhill Investments ha lanciato il suo Etf, battezzato Roundhill Ball Metaverse Ucits Etf.

Sul fronte dei certificati, infine, sempre lo scorso settembre è sbarcato sul mercato quello di BNP Paribas battezzato BNP Paribas Tracker Certificate Open End, che replica l'indice Bloomberg Metaverse Net Return. Mentre lo scorso marzo Vontobel ha emesso uno Strategic Certificate sul Vontobel Metaverse Index senza scadenza fissa, dopo aver già quotato nel novembre 2021 sul SeDeX 3 di Borsa Italiana dei certificati Memory Cash Collect su basket di titoli legati al metaverso.

Il tutto senza dimenticare il fai-da-te, visto che anche sulle piattaforme di equity crowdfunding non è raro imbattersi in campagne di startup attive nel settore. Per esempio lo scorso febbraio si è chiusa con una raccolta di 820 mila euro la raccolta di CoderBlock, piattaforma online dedicata alla creazione di esperienze virtuali immersive in 3D che fa capo alla software house italiana Novatek. Obiettivo minimo della campagna, condotta sulla piattaforma Mamacrowd, era di soli 150 mila euro, sulla base di una valutazione pre-money di poco inferiore a 4 milioni. (riproduzione riservata)