La birra virtuale è servita, il lancio (per gioco) nel metaverso

Il metaverso non conosce confini e così anche la birra finisce nel nuovo mondo virtuale, che rappresenta la prossima grande scommessa dell'hitech. A lanciare la sua birra virtuale è stata la **Heineken**, che con un gioco pubblicitario certamente autoironico non ha comunque voluto perdere il treno del nuovo tormentone della tecnologia: il metaverso.

Dell'iniziativa ha scritto con dovizia di particolari la BBC, che ha raccontato come un birraio professionista sia stato assoldato per creare appunto la nuova birra per avatar.

Lancio virtuale con veri giornalisti

E di come Heineken abbia poi organizzato un evento digitale per il lancio ufficiale del nuovo prodotto, un evento definito surreale da uno dei partecipanti.

E dire che il metaverso ancora non esiste, in realtà, ma sono davvero molti a scommettere che un giorno le persone passeranno gran parte del loro tempo in un mondo virtuale totalmente interconnesso accessibile con visori e headset di Realtà Virtuale.

Certo, l'iniziativa di Heineken è "*uno scherzo ironico… che prende in giro noi e altri marchi*".

Mondo virtuale

Il finto lancio – a cui sono stati invitati veri giornalisti – è avvenuto in un birrificio virtuale a Decentraland, un mondo virtuale di proprietà dei suoi utenti.

E la birra è stata descritta come prodotta con *"luppoli in codice binario coltivati da agricoltori NPC (personaggio non giocante)".*

Il responsabile globale del marchio dell'azienda, **Bram Westenbrink**, ha dichiarato: *"Sappiamo che il metaverso unisce le persone in modo spensierato e coinvolgente, ma non è il posto migliore per assaggiare una nuova birra.*

"La nostra nuova birra virtuale è uno scherzo ironico. È un'idea consapevole che prende in giro noi e molti altri marchi che stanno saltando nel metaverso con prodotti che si apprezzano meglio nel mondo reale".

[embedded content]
Meta ha già diversi mondi virtuali in cui i suoi avatar sono senza gambe (ma non perché hanno bevuto birre virtuali).

Il clamore intorno al metaverso è iniziato quando Facebook è stato rinominato in Meta nell'ottobre dello scorso anno e Mark Zuckerberg ha delineato la sua visione di mondi virtuali interconnessi in cui le persone avrebbero lavorato e giocato.

Da allora, marchi di tutti i settori investono sempre di più in mondi e beni virtuali.

A dicembre, Nike ha acquistato la società di scarpe virtuali RTFKT, dicendo che l'avrebbe aiutata a "servire atleti e creatori all'intersezione tra sport, creatività, gioco e cultura".

Quando ha aperto una sala virtuale a Decentraland, la banca d'investimento JP Morgan Chase ha affermato di ritenere che il

metaverso sarebbe alla fine un’industria da trilioni di dollari.

“Volutamente bizzarro”

Tom Ffiske, editor di Immersive Wire, che ha partecipato al lancio di Heineken, ha descritto l’esperienza come *“surreale”.*

“Ho parlato prima con il buttafuori dove ho dato la mia età. Poi sono andato in corridoio”, ha detto. *“C’erano una serie di oggetti interattivi, inclusa una scheda di degustazione.*

“Nella chat di gruppo c’erano molte persone che erano confuse sull’esperienza e non erano sicure su cosa fare”, ha aggiunto.

“Mi sono sentito un po’ perplesso alla fine perché non ero sicuro se fosse intenzionalmente bizzarro o meno, anche se alla fine del discorso ho sentito che era così”.

https://www.key4biz.it/la-birra-virtuale-e-servita-il-lancio-per-gioco-nel-metaverso/397231/