

Meta sta già ridimensionando il suo impegno sul metaverso

Nell'ottobre del 2021, Mark Zuckerberg aveva annunciato un'importante novità: Facebook è diventato **Meta**. Il cambio di nome ha evidenziato sin da subito l'intenzione dell'imprenditore di calcare la mano sull'istituzione del "**metaverso**", ovvero sulla creazione di uno spazio digitale che ambisce a sostituirsi all'internet odierno. A pochi mesi di distanza, il futuristico entusiasmo dimostrato dall'eccentrico capo d'impresa sembra essersi però grandemente ridimensionato.

Stando ad alcune indiscrezioni raccolte da [Reuters](#), il CFO di Meta Andrew Bosworth avrebbe infatti rivelato ai dipendenti di **Reality Labs**, punta di diamante della Big Tech nel settore della realtà virtuale (VR) e realtà aumentata (AR), l'**abbandono temporaneo di alcuni dei progetti** che avevano in mano. In altre parole, l'azienda ha «rimandato» a data da definirsi alcune idee che banalmente non può più permettersi di sostenere.

Stando ai dati fiscali [pubblicati](#) da Meta lo scorso febbraio, l'investimento dell'azienda nel metaverso ha raggiunto nel 2021 **un costo di circa 10 miliardi di dollari**. Una simile "perdita" non sarebbe di per sé anomala, rientra nei finanziamenti per le strategie aziendali del futuro, tuttavia un simile onere finanziario si sta scontrando con una realtà sgradita a Zuckerberg: il pubblico non è particolarmente interessato al metaverso, anche perché le aziende non hanno ancora fornito una definizione precisa e univoca di cosa sia.

Dai discorsi promozionali che sono stati fatti risulta chiaro che le Big Tech avrebbero un interesse diretto a impostare i nuovi servizi, tuttavia non è chiaro come questi mondi digitali potrebbero migliorare la vita della gente comune. Non solo, il metaverso previsto da Meta si appoggia a costosi **visori di realtà virtuale e realtà aumentata**, cosa che a sua volta va a restringere enormemente il bacino di potenziali clienti a cui può attingere il social.

In tal senso, l'azienda tecnologica sta facendo il possibile per modificare le abitudini dei consumatori e prevede nel prossimo futuro la commercializzazione di caschi VR adatti a diverse fasce di prezzo medio-alte. Il timore dei finanziatori è però che un simile impegno sia debole e tardivo. Al posto di concentrarsi sui servizi tradizionali o di sfruttare la tecnologia in uso per progettarne di inediti, Meta si appoggia a un piano di sviluppo che necessita la diffusione di uno strumento che i più considerano superfluo, inutile e costoso.

La claudicante situazione del metaverso ha contribuito al tracollo in Borsa della Big Tech, in più Zuckerberg ha annunciato che nel 2022 i Reality Labs assumeranno un numero minore di dipendenti rispetto a quelli selezionati l'anno precedente. Tutto suggerisce che la crescita del settore, pur non essendosi arrestata, stia incappando in un forte rallentamento e in altrettanta diffidenza. Ora come ora, il sogno di Meta non sembra essere un sogno condiviso dall'utente medio.

Meta sta già ridimensionando il suo impegno sul metaverso

[di Walter Ferri]