



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in
Economia e Commercio

**I NON-FUNGIBLE TOKEN COME
ASSET DIGITALE E APPLICAZIONI
NEL RESELL
NON-FUNGIBLE TOKEN AS DIGITAL
ASSET AND APPLICATION IN THE
RESELL**

Relatore:

Dott.ssa Sabrina Severini

Rapporto Finale di:

Andrea Battistini

Anno Accademico 2021/2022

“Il ringraziamento più grande, oltre a me stesso e a tutte le persone che mi sono state vicine, dalla famiglia, agli amici, alla fidanzata, va a mio babbo, per avermi dato e darmi ogni giorno la forza di superare i miei limiti.”

INDICE

Indice

Introduzione

Capitolo 1: FINTECH

1.1 Il fenomeno

1.2 La regolamentazione

1.3 La tecnologia blockchain

Capitolo 2: GLI NFT

2.1 I token

2.2 La determinazione del prezzo

2.3 La cryptoart

2.3.1 La creazione di un'opera

2.3.2 La storia e i numeri della cryptoart

Capitolo 3: L'INCONTRO TRA LE SNEAKERS E GLI NFTs

3.1 Lo streetwear e il resell

3.1.1 La storia dello streetwear

3.1.2 Il resell

3.2 Le sneakers come asset finanziario

3.2.1 L'incontro con il mondo NFT

3.2.2 Possibili evoluzioni

Conclusioni

Bibliografia

INTRODUZIONE

In un contesto nel quale quasi la totalità dei settori sta mutando a causa delle continue innovazioni tecnologiche, andiamo ad analizzare quali possono essere gli impatti di tali innovazioni nel mondo delle sneakers. L'argomento principale del primo capitolo sarà il Fintech, in particolare verranno approfondite le tematiche relative alla sua regolamentazione e alla blockchain, con una attenta analisi dei possibili utilizzi di quest'ultima. Nel secondo capitolo, invece, tratteremo il tema degli NFT(Non-Fungible Token), andando ad analizzare la nascita di questo fenomeno, soffermandosi anche sul fenomeno della cryptoart. Verranno trattati poi i fattori che incidono sul prezzo, la creazione e la pubblicazione di un'opera e i numeri dietro ad essa. Nell'ultimo capitolo sarà oggetto di trattazione l'incontro fra il mondo degli NFT e delle sneakers arrivando infine ad ipotizzare alcune possibili evoluzioni di questo settore.

1 IL FINTECH

1.1 IL FENOMENO

Quando si parla del Fintech, costituito dalle parole Finance e Technology, si va ad indicare l'innovazione finanziaria raggiunta mediante una innovazione tecnologica, e che si traduce nella creazione di start-up, nuovi modelli di business, processi, prodotti. La crescita di questo fenomeno è stata sicuramente accentuata dalla pandemia, tanto è vero che *“rispetto al 2013, il totale delle attività è triplicato, mentre quello del sistema bancario è poco più che raddoppiato.”* [1]. Il Fintech permette, attraverso tecnologie molto sofisticate, sia possibile utilizzare servizi di prestito, investimento e di pagamento senza ricorrere agli intermediari finanziari tradizionali. Gran parte delle principali innovazioni introdotte nell'intermediazione bancaria negli ultimi anni, come ad esempio il crowdfunding, il P2P, le valute virtuali o la blockchain sono comprese in Fintech. Grazie ad esso, poi, le start-up tecnologiche e i colossi della tecnologia informatica hanno avuto accesso al mercato dei servizi finanziari, nel quale hanno iniziato ad offrire servizi finanziari, sviluppati grazie all'innovazione tecnologica, a prezzo contenuto. È importante ricordare poi la differenza tra le start-up Fintech-Fin e quelle Fintech-Tec: le prime sono quelle che si focalizzano su uno o più servizi finanziari e mediante la tecnologia cercano

di ottimizzarli, le seconde invece parto da una tecnologia per andarla poi ad applicare al settore finanziario e talvolta anche ad altri settori.

Per quanto riguarda l'Italia, anche nel nostro paese si investe nel Fintech, nonostante sia il nostro paese sia ancora molto ancorato a pilastri al sistema bancario tradizionale. Negli ultimi anni, a differenza di quanto ci si aspettasse, il numero di utenti che hanno interagito con le proprie banche attraverso i canali digitali è aumentato in maniera consistente, tanto da far pensare che oramai l'interazione digitale sia divenuta un'abitudine per il consumatore. Oltre a crescere gli utenti che usano queste tecnologie, stanno nascendo sempre più start-up Fintech italiane, poco capitalizzate ma già molto operative. L'entrata in vigore della PSD2 (Payment Service Directive 2), ovvero la nuova direttiva europea dei servizi di pagamento, ha ampliato le opportunità per le start-up e per gli operatori Fintech, aderendo sempre più ad una logica Open Finance, che consiste nell'allargamento della competizione finanziaria, e affiancandosi agli intermediari tradizionali. Oggigiorno sono 564 le realtà italiane attive nel Fintech, di cui circa l'80% al nord Italia. Queste start-up operano principalmente nel settore dei servizi bancari, come soluzioni di Bank account, pagamenti, prestiti, dei servizi assicurativi e dei servizi tecnologici applicabili al mondo finanziario [2]. Per quanto riguarda i fondi raccolti dalle start-up, il volume totale è di circa 2 miliardi di euro, con una media di 3,6 milioni di euro per azienda, anche se in realtà gran parte dei fondi sono concentrate tra poche realtà, quali Satispay, Scalapay e Truelayer. Un altro servizio che si sta

diffondendo largamente è quello della gestione dei risparmi, tanto è vero che si sta passando dall'affidarli alle banche e agli operatori postali alle start-up fintech. Nella gestione dei risparmi, il ruolo dei Robo Advisor, ovvero degli strumenti che forniscono consulenza finanziaria digitale basandosi su formule matematiche e algoritmi, sta cambiando, infatti se fino a qualche anno fa, con la diffusione delle piattaforme automatizzate il compito umano sembrava aver perso di rilevanza, oggi la relazione tra investitore e operatore è un valore irrinunciabile, così come lo sono anche le competenze umane [3].

1.2 LA REGOLAMENTAZIONE

Quando si parla del rapporto tra regole e innovazione si fa riferimento alla relazione conflittuale tra i due. Infatti, si tratta di un sistema a doppia velocità da un lato c'è la lentezza della regolamentazione e dall'altro la velocità dell'innovazione. Molte volte, viene tenuta in considerazione solo la funzione difensiva della legislazione, ovvero quella di limitare i rischi e aiutare la collettività a proteggersi da abusi e ricrimini. Questa funzione è importante ma non esaurisce la funzione delle regole. "Queste, infatti, possono e devono essere viste anche in un'ottica più costruttiva, ovvero come uno strumento per indirizzare i comportamenti delle imprese verso soluzioni più sicure e sostenibili e proteggere gli operatori più responsabili dalla concorrenza sleale di quelli meno virtuosi" [4]. Il fattore della regolamentazione è

fondamentale, poiché ricordiamo come la crisi finanziaria del 2008 è stata determinata dalla crescita di un segmento dell'intermediazione non regolamentato, ovvero il cosiddetto shadow banking system, che poi si è espanso anche in quello tradizionale. Onde evitare che si ripeta una situazione simile, il Fondo Monetario Internazionale è intervenuto andando a dedicare un intero capitolo nell'ultimo rapporto sulla stabilità finanziaria di aprile 2022 (Rapporto sulla stabilità finanziaria n. 1-2022). Il primo fattore analizzato nel rapporto è l'applicazione di queste nuove tecnologie alla finanza decentralizzata, ovvero a quelle piattaforme che, mediante l'utilizzo di stablecoins, ovvero delle criptovalute il cui valore dovrebbe essere stabile su 1\$, offrono servizi di prestito. Il problema di queste criptovalute è che molto spesso non sono stabili, vedi il caso di TerraUSD, una stablecoin che ha perso il 99% del suo valore a causa del fallimento della criptovaluta collegata ad essa. Tutto ciò comporta un rischio di liquidità estremamente alto, "anche perché la finanza decentralizzata è caratterizzata da una forte concentrazione delle fonti: metà dei depositi vengono da meno di 10 conti e anche meno nel caso delle criptoattività meno diffusa" [1]. Un altro aspetto analizzato in questo intervento è quello delle banche digitali, o anche chiamate neobanche, le quali basano il loro operato solo ed esclusivamente sulle app, andando ad eliminare gli sportelli bancari. La crescita di questo settore è evidente, anche perché queste tipologie di banche stanno acquisendo sempre più quota di mercato, raggiungendo in alcuni paesi valori molto elevati, come in Corea del Sud. Il punto di forza di queste banche è legato

all'efficienza della tecnologia adottata, mentre il punto di debolezza è legato al rischio, spesso elevato e non adeguatamente compensato dal tasso di interesse richiesto. Da tutta questa situazione si capisce come queste banche sono sicuramente una fonte di ispirazione per la tecnologia utilizzata, ma devono sicuramente rivedere quella che è la tecnica bancaria utilizzata. Questa nuova forma di finanza non sta minacciando la posizione delle banche tradizionali, ma sta accumulando rischi elevati che possono trasformarsi in crisi sistemiche.

1.3 LA BLOCKCHAIN

La blockchain non è altro che *“una sottofamiglia di tecnologie in cui il registro è strutturato come una catena di blocchi contenenti le transazioni e la cui validazione è affidata a un meccanismo di consenso, distribuito su tutti i nodi della rete nel caso delle blockchain permissionless o pubbliche o su tutti i nodi i nodi che sono autorizzati a partecipare al processo di validazione delle transazioni da includere nel registro nel caso delle blockchain permissioned o private”* [5]. La blockchain utilizzata nel caso della criptovaluta Bitcoin, ad esempio, è pubblica e permissionless, poiché chiunque può accedervi e operarvi in maniera incondizionata, a differenza di altre blockchain private o ibride gestite da un'autorità centrale che valida l'aggiunta di blocchi alla catena e le relative transazioni.

La blockchain non è altro che l'innovazione che sta alla base anche delle criptovalute ed è “una tecnologia di registri distribuiti in cui ogni nodo della rete ha a disposizione il registro completo di tutte le transazioni effettuate, aggiornato in tempo reale.” [6]. Attraverso questo sistema si evita l'intromissione degli intermediari per certificare le singole transazioni, per cui tutti gli scambi avvengono in modo diretto tra le persone. Grazie ad essa sta prendendo forma la cosiddetta DeFi, ovvero la finanza decentralizzata, la quale utilizza la blockchain per svolgere in maniera automatica i servizi finanziari.

Le principali caratteristiche sulle quali si basa la blockchain sono: l'immutabilità del registro, ovvero ciò che viene trascritto non può essere più modificato, ne tantomeno eliminato; la trasparenza e la tracciabilità delle transazioni, tanto è vero che tutti possono verificare qualsiasi transazione, la quale però resta sempre anonima, in modo da garantire la riservatezza dei partecipanti; l'affidabilità, dovuta dal fatto che nessun individuo è in grado di modificare la rete nel suo complesso, quindi qualora ci dovesse essere un attacco a un blocco, questo non andrà mai ad incidere sull'operatività di tutto il sistema; il carattere integralmente digitale che comporta un'elevata velocità negli scambi.

Come ben sappiamo questo strumento è nato con l'intento di migliorare quello che è il settore dei pagamenti, ma non è l'unico interessato ai benefici dell'adozione di questo strumento.

I principali settori che ne stanno traendo o che ne potrebbero trarre vantaggi sono:

- Banking e finance: le banche servono come centri sicuri per i depositi e il trasferimento di valuta e la blockchain può svolgere questa funzione, tanto è vero che viene già sperimentata per svolgere funzioni di backoffice e di gestione dalla banca svizzera UBS e della banca inglese Barclays.
- Cybersecurity: la blockchain, attraverso la crittografia, garantisce che i dati giungano dalle fonti ai destinatari.
- Mondo accademico: in questo ambito potrebbe essere utilizzata come strumento di autenticazione dei titoli accademici.
- Politica: attraverso l'introduzione dell'autenticazione del voto elettorale online. Questo permetterebbe di svolgere le elezioni in maniera più rapida, con meno spreco di denaro pubblico e favorirebbe l'afflusso di votanti. [7]

2 GLI NFT

2.1 I TOKEN

Secondo la definizione fornita dall'Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano il token rappresenta *“un'informazione digitale, registrata su un registro distribuito, univocamente associata a uno e un solo specifico utente del sistema e rappresentativa di una qualche forma di diritto: la proprietà di un asset, l'accesso a un servizio, la ricezione di un pagamento, e così via”*.

Non tutti i token però sono uguali, infatti distinguiamo i token fungibili dai quelli non fungibili e la loro classificazione si basa sul loro utilizzo.

Un bene si definisce fungibile nel momento in cui:

- *“contiene un valore intrinseco definito e misurabile*
- *è sostituibile facilmente con un bene con caratteristiche simili sul mercato*
- *può diventare un asset di valore nel lungo termine.”* [8]

Per quanto riguarda i token fungibili sono token, che possono essere scambiati con altri della stessa tipologia poiché possiedono caratteristiche uguali. Fanno parte dei fungible token tutte le criptovalute, come Ethereum o Bitcoin e solitamente vengono creati con lo standard ERC-20 di Ethereum. All'interno dei token fungibili troviamo i security tokens che vengono utilizzati come mezzo di investimento e gli

utility tokens che conferiscono diritti d'uso di prodotti e servizi . Quest'ultimi vengono spesso utilizzati dalle società per finanziare il progetto in corso, anche se la loro semplicità si è tradotta in poca tutela per il prestatore di denaro. A differenza dei token fungibili, invece, i token non fungibili sono caratterizzati dal fatto che sono non ripetibili, non sostituibili e fanno riferimento a beni fisici o virtuali i quali non possono essere divisi o scambiati con un altro token uguale . Alcuni esempi di beni non fungibili sono rappresentati da tutte quelle che sono le opere d'arte, gli immobili, i servizi personalizzati come la realizzazione di un bene su misura e tanti altri.

Gli NFT, ovvero Non Fungible Token, sono dei certificati digitali che si basano sulla tecnologia blockchain di Ethereum che possono essere comprati e venduti su varie piattaforme, e solitamente creati con “lo standard ERC-721 di Ethereum o la sua versione migliorata ERC-1155” [9]. La funzione svolta dalla blockchain in questa situazione è quella di garantire l'unicità dell'NFT; tuttavia, acquistando un NFT non si ottiene la proprietà del bene bensì un certificato (token) di autenticità che consente al proprietario di esercitare diritti su quel determinato bene.

TABELLA 1: CLASSIFICAZIONE TOKEN IN BASE ALL'UTILITA'

MAIN TOKEN TYPES PER DIMENSION				
Technical Layer	Purpose	Underlying Value	Utility	Legal Status*
Blockchain-Native Tokens Description: A token that is implemented on the protocol-level of a blockchain Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Critical to operate the blockchain • Integral component of the blockchain's consensus mechanism • Part of the blockchain's incentive mechanism for block validators/other nodes Examples: BTC (Bitcoin, Bitcoin), ETH (Ether, Ethereum), STEEM (Steem, Steem)	Cryptocurrencies Description: A token that is intended to be a "pure" cryptocurrency Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Intended as a global medium of exchange • Functions as a store of value Examples: BTC (Bitcoin), ZEC (Zcash), KIN (Kin, Kin)	Asset-backed Tokens Description: A token that functions as a claim on an underlying asset Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Allows trading via IOUs without actually having to move the underlying asset • The issuer is responsible to hold the underlying asset • Introduces counterparty risk Examples: USDt (Ether USD, Tether), GOLD (GOLD, GoldMine), Ripple IOUs (Ripple)	Usage Tokens Description: A token that provides access to a digital service, similar to a paid API key Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Grants holders access to exclusive functionality of the service Examples: BTC (Bitcoin), STX (Stacks, Blockstack)	Utility Tokens Description: A token offering owners clearly defined utility within a network or (decentralized) application Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Closely tied to the functionality of the issuing network or application • Internal network/app currency but not necessarily attempting to be a currency • Grants owners the right to actively contribute to the system vs. passive investor role • Avoids security-like features Examples: GNO (Gnosis), STEEM (Steem)
Non-native Protocol Tokens Description: A token that is implemented in a cryptocconomic protocol on top of a blockchain Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Integral component of the protocol's consensus mechanism • Part of the protocol's incentive mechanism for nodes • Tracked on an underlying blockchain to which it is not integral (e.g. ERC20 Tokens on Ethereum) Examples: REP (Decentralized Oracle Protocol, Augur)	Network Tokens Description: A token that is primarily intended to be used within a specific system (e.g. network, application) Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Token has functionality within the issuer's system • Not intended as a general cryptocurrency Examples: GNO (Gnosis), STX (Stacks, Blockstack)	Network Value Tokens Description: A token that is tied to the value and development of a network Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Tied to the value generated and exchanged on the network (e.g. transaction fee volume) • Closely interrelated with key interactions of network participants Examples: ETH (Ether, Ethereum) STEEM (Steem)	Work Tokens Description: A token that provides the right to contribute to a system Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Earning Tokens is the precondition for contributing to the system • Contributions are either incentivized with a rewards system or holders get utility from the system/decentralized organization Examples: REP (Reputation, Augur), MKR (Maker, Maker DAO)	Security Tokens Description: A token that behaves like a security Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Showcases security-like features, e.g. voting on decisions regarding the issuing entity, dividends, or profit shares • Holders are regarded as owners • Little or insufficient utility Examples: SPICE (SPICE VCI, Bitwala (Bba))
(d)App Tokens Description: A token that is implemented on the application-level on top of a blockchain (and potentially protocol) Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Integrated within the application • Part of the app's incentive mechanism for nodes and/or users • Tracked on an underlying blockchain to which it is not integral (e.g. ERC20 Tokens on Ethereum) Examples: WIZ (Wisdom, Gnosis), SAFE (Safecon, SAFE Network)	Investment Tokens Description: A token that is primarily intended as a way to passively invest in the issuing entity or underlying asset Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Promises owners a share of asset value or (in future) success of the issuing entity • No or little significant functionality Examples: Neufund Equity Tokens (Neufund), DGG (Digix Gold, DigixDAO)	Share-like Tokens Description: A token with share-like properties Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • The issuer promises token owners a share in the success of the issuing entity (e.g. dividends, profit shares) • May or may not come with voting rights • Usually on no/weak legal basis Examples: DGD (DigixDAO), LKK (Lykke) Likely to be classified as a security token	Hybrid Tokens Description: A token featuring traits of both usage and work tokens Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Grants access to system functionalities • Allows owners to contribute to the system Examples: ETH (Ether, Ethereum, after Casper), DASH (Dash)	Cryptocurrencies Description: A token that is a pure cryptocurrency Characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • Acts as a store of value and medium of exchange • Not emitted by a central authority against which owners have claims in Germany (according to BaFin) • Currently not regarded as lawful, functional currency • not regulated by e-money laws Examples: BTC (Bitcoin), ZEC (Zcash), LTC (Litecoin)

Fonte: Orimos.dev

Un'altra distinzione molto importante è quella tra token crypto e una criptovaluta. Le differenze sostanziali risiedono nel fatto che solo la criptovaluta si basano su una blockchain indipendente e possono essere minate ovvero ricavate mediante l'elaborazione dei dati mentre i token non possono essere minati e si basano su una blockchain già esistente

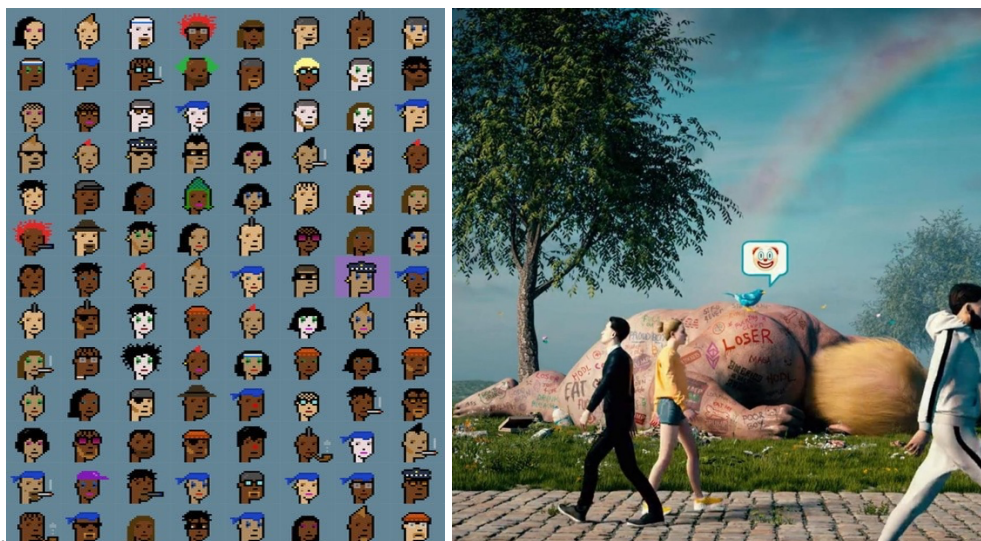
2.2 LA DETERMINAZIONE DEL PREZZO

Opere di Picasso, Monet e tanti altri artisti vengono vendute per centinaia di milioni di euro ed è per questo che le opere di artisti rilevanti in questo ambito possono arrivare a valere decine di milioni di euro. Andando a valutare i prezzi a cui vengono vendute le opere sulle varie piattaforme, come OpenSea, o nelle case d'asta, a prima impressione sembrerebbe che i prezzi su questo mercato siano altamente disomogenei, ma è solo apparenza poiché circa il 75% delle opere viene venduto per meno di \$15 e solo circa l'1% delle opere ha un valore superiore ai \$1500. Per andare a determinare il prezzo di un NFT con una precisione del 70% è stato elaborato un modello che si basa sull'analisi di 3 fattori principali:

- 1) caratteristiche visive, ovvero come appare l'opera. Esistono milioni di opere, l'una diversa dall'altra, ogni stile è diverso, da quello minimalista dei cryptopunk fino a quelli più dettagliati e studiati di Beeple. La valutazione visiva viene valutata mediante algoritmi che tengono in considerazione i colori, le forma e cercano somiglianze con altre opere.
- 2) La storia delle vendite di quell'NFT fa riferimento al prezzo a cui era stato venduto precedentemente quell'NFT, ma anche a quello che è il prezzo di vendita di NFT facenti parte della stessa collezione
- 3) La popolarità dei venditori e compratori valutata considerando il numero totale di acquisti e vendite effettuati da ciascun trader

Andando a valutare l'influenza di ogni singolo fattore vediamo come le precedenti vendite incidono sul prezzo totale fino al 50%, le caratteristiche visive sono molto importanti e possono andare ad influenzare il prezzo fino al 10%-20%, e infine la popolarità del trader incide per un 10% sul prezzo. Andando a stimare in maniera accurata questi valori si potrà andare a spiegare la variabilità dei prezzi degli NFT fino al 70-80%. [10]

FIGURA 1: CONFRONTO TRA CRYPTOPUNK E OPERA DI BEEPLE



Fonte: il corriere delle sera

2.3 LA CRYPTOART

2.3.1 La creazione di un'opera

Nella cryptoart rientrano tutte quelle forme artistiche che comprendono la digitalizzazione delle opere fisiche oppure la creazione di opere digitali, le quali, mediante la tecnologia blockchain divengono dei non fungible token (NFT), ovvero opere digitali uniche sulle quali ricade il diritto di proprietà del creatore o dell'acquirente. È importante ricordare come nella blockchain non risiede direttamente l'opera, bensì la sua impronta digitale ottenuta con la funzione HASH-256, che non sono altro che i metadata del file prodotto dall'artista. Quando un acquirente, quindi, andrà a comprare l'opera, andrà ad acquisire il diritto di proprietà su di essa, ma non l'opera stessa la quale continuerà, essendo digitalizzata, a girare sul web. Gli step compiuti da un artista per la pubblicazione di una sua opera in sintesi sono:

- 1) L'installazione di IPFS (InterPlanetary File System), mediante il quale si procederà all'archiviazione del file che si intende mettere sul mercato.
- 2) La possibilità di usufruire di un wallet, ovvero di uno strumento apposito per l'organizzazione del portafoglio di cripto valute di un individuo, protetto da una chiave privata. Questo, quindi, servirà per la detenzione, lo scambio, l'invio e la ricezione di cripto valute. Tra i wallet più conosciuti troviamo sicuramente Metamask.

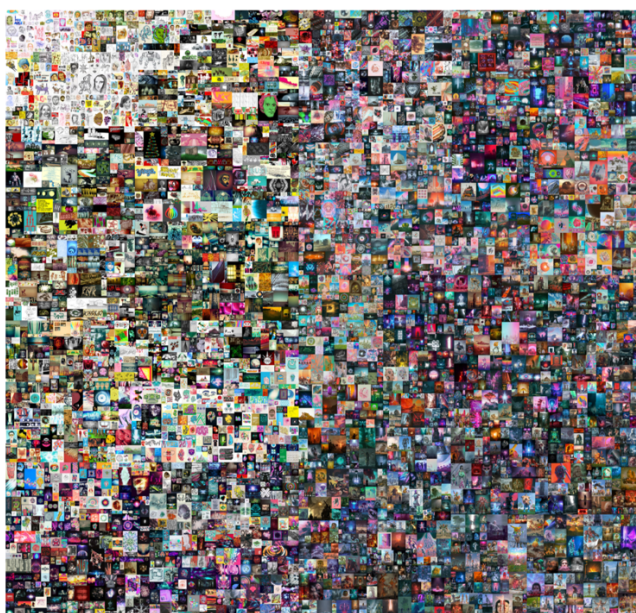
- 3) La registrazione su gallerie di cryptoart, le quali potranno essere aperte a tutti, previa registrazione che permetterà di vendere
- 4) Possedere delle cripto valute che verranno utilizzate per mintare, ovvero creare, l'opera. Nel caso di Metamask si dovranno possedere degli ETH.

2.3.2 La storia e i numeri della cryptoart

La cryptoart nasce nel 2018 quando due gallerie, ovvero la statunitense SuperRare e l'europea KnownOrigin, iniziano per la prima volta ad esporre delle opere digitali associate a NFT. Inizialmente gli artisti che espongono in queste gallerie lo facevano per farsi conoscere e per fare qualcosa di nuovo, senza pensare sicuramente ai guadagni. Le prime opere, che venivano scambiate per qualche centinaio di dollari, oggi vengono scambiate per centinaia di migliaia di dollari, in alcuni casi anche milioni di dollari. Quando nel 2019 sono arrivate le balene, ovvero i collezionisti con grandi portafogli, quest'ultimi iniziarono ad acquistare opere sul mercato e a custodirle senza più rivenderle. Il mercato della cryptoart così si concentra su quelli che sono gli artisti più conosciuti, tanto è vero che su SuperRare l'80% del volume di vendita è fatto dal 18% degli artisti più influenti e dal 6% dei collezionisti più facoltosi [11]. Un altro momento che ha cambiato radicalmente il mondo della cryptoart è quando all'inizio del 2021 sono

entrate a far parte di questo mondo le case d'asta più importanti del mondo, ovvero Christie's e Sotheby's. Queste case hanno iniziato a vendere le opere dei più grandi artisti, come Beeple, a prezzi inimmaginabili nel 2018, e ciò ha creato hype dietro a questa situazione ciò ha portato a un rigonfiamento inevitabile dei prezzi. Uno dei momenti più salienti è stato quando, nel 2021, la casa d'asta Christie's ha venduto l'opera di Beeple "The First 5000 Days" per l'astronomica cifra di 69,3 milioni di dollari, posizionandosi alla terza posizione delle opere più costose di artisti viventi. L'opera è un collage di 21069 x 21069 pixel che ritrae le prime cinquemila opere giornalieri realizzate dall'artista. La realizzazione dell'opera, come spiega in una intervista al New York Times, è iniziata nel 2007 e aveva come obiettivo quello di realizzare un'opera al giorno per appunto cinquemila giorni. [12]

FIGURA 2: Beeple "The First 5000 Days"



Fonte: onlineonly.cristies.com

3 L'INCONTRO TRA LE SNEAKERS E GLI NFTs

3.1 LO STREETWEAR E IL RESELL

3.1.1 La storia dello streetwear

Lo streetwear, la cui traduzione italiana è abbigliamento da strada, nasce agli inizi degli anni '80 nella West-Coast statunitense, come sub-culture appartenente al mondo del punk, dal quale acquisisce la concezione di vita libera da ogni convenzione.

I fondatori di questa culture possono essere considerati Shawn Stussy, fondatore del marchio Stussy, uno dei primi brand di streetwear, fondato negli anni 80 e James Jebbia, il quale ha iniziato come collaboratore di Shawn nel primo negozio di Stussy aperto a New York nel 1991, per poi fondare il celebre marchio Supreme.

Il concetto alla base dello streetwear, ovvero di concepire capi sportivi come abbigliamento quotidiano, ha rivoluzionato il mondo dell'abbigliamento, andando poi ad influenzare tutti i brand. L'esempio più eclatante è sicuramente rappresentato dalle sneakers, scarpe da ginnastica o sportive diventate le calzature di tutti i giorni per gli amanti dell'abbigliamento street. [13]

La storia del marchio Stussy ha inizio quando negli anni '80 in California, a Laguna Beach, dove Shawn Stussy inizia con un pennarello indelebile a personalizzare

tavole da surf con un logo gira per le strade del suo paese con la sua auto, per pubblicizzare le sue tavole da surf.

Un fattore sicuramente fondamentale del successo fu sicuramente l'International Stussy Tribe, il quale è presente ancora oggi con milioni di fans fedeli come sempre. A partire dagli anni 2000 iniziarono le collaborazioni con svariati brand, la più importante, e tutt'ora presente, è quella con Nike, iniziata nel 2006 con l'uscita delle Nike air huarache. [14]

Per quanto riguarda invece Supreme, nasce nel 1994 dall'idea di James Jebbia, il quale decise di aprire il suo primo store a Lafayette Street a Soho, il famosissimo quartiere della moda a New York. Uno degli elementi chiave del successo del brand, oltre che il suo logo estremamente semplice con la scritta supreme bianca su sfondo rosso, ispirato fortemente alle opere di Barbare Kruger, è sicuramente il layout degli store, caratterizzato da un ampio spazio centrale dove i clienti potevano provare le tavole da skate e tutto il merchandising vicino alle pareti. Tutto ciò facevano di quest'ultimo un misto tra una pista da skate, uno store e una galleria d'arte.

Le tecniche di vendita dei propri prodotti sono un fattore chiave che accomuna tutti i brand citati precedentemente.

Analizzando il fenomeno Supreme si nota come la strategia più riconosciuta e apprezzata è sicuramente il drop, basato sulle quantità limitate, ovvero il fatto di produrre ogni capo in quantità minime, facendo così schizzare il valore di questo pezzo sul mercato secondario, dovuto dall'elevata richiesta e dalla bassa offerta. Il

drop consiste nel fatto di rilasciare capi di una collezione non tutti insieme, bensì a scaglioni, per supreme ogni giovedì alle ore 11 online e con l'iscrizione a una lista per gli store fisici, cosicché ogni settimana si crei hype dietro ogni release. L'effetto scarcity, inoltre, è alla base di quello che è il resell, del quale tratteremo nel paragrafo 3.1.2, ovvero il fenomeno secondo cui un prodotto in quantità limitata viene rivenduto a prezzi più elevati di quanto costasse al drop. [15]

Un altro strumento fortemente utilizzato è quello delle collaborazioni, anche chiamate co-branding. Quando si va a creare una collaborazione tra due marchi che operano all'interno dello stesso settore, entrambi beneficiano della notorietà e della credibilità dell'altro, elevando reciprocamente il proprio status. Nel caso invece di brand che si posizionano in settori differenti, le collaborazioni sono uno strumento adatto per allargare i confini del proprio mercato e raggiungere un numero maggiore di consumatori. La collaborazione tra imprese che operano su settori diversi può altresì basarsi sulla condivisione di uno stesso obiettivo, come nel caso della partnership tra Adidas e Parley For The Oceans: nata per proteggere gli oceani, utilizza i rifiuti plastici raccolti in acqua per trasformarli in abbigliamento sportivo e contribuire a salvaguardare la natura.

3.1.2 Il resell

Il fenomeno del resell è nato negli USA e si è successivamente esteso anche all'Europa dove i mercati più importanti sono quelli della Gran Bretagna, della

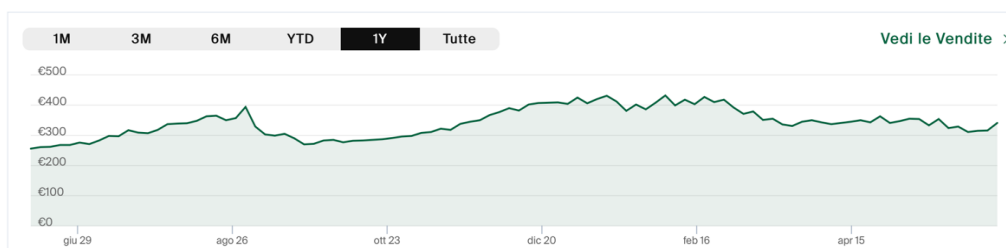
Francia e anche dell'Italia. Nella sua forma più semplice il resell consiste nel possedere un prodotto molto ricercato, solitamente in edizione limitata, e poterlo rivendere a un prezzo superiore a coloro che non riescono ad ottenerlo in altro modo. Il resell interessa in particolare il mondo delle sneakers, in gran parte Nike, ma anche Adidas e New Balance, dei capi di abbigliamento di vari brand come Supreme, o anche altri settori come l'orologeria di lusso. Può essere tracciato un parallelismo tra quello che è l'incremento dei prezzi su quasi la totalità dei mercati secondari, come quello automobilistico, dovuto dalla scarsità di prodotti disponibili sul mercato a causa della crisi pandemica, e il resell, perché più un prodotto è ricercato ma allo stesso tempo le quantità disponibili sono poche più il prezzo tenderà inevitabilmente ad alzarsi.

Il mercato delle sneakers, oggi giorno si è completamente digitalizzato, per cui i modelli di scarpe più desiderati così come si esauriscono velocemente in negozio si esauriscono tanto rapidamente online.[16] Oggi gran parte delle sneakers vengono rilasciate online, tramite 2 modalità: la prima viene definita "raffle" nella quale gli acquirenti devono iscriversi per un'estrazione e chi viene sorteggiato ha la possibilità di acquistare la scarpa, la seconda invece si basa sulla politica di vendita "FCFS (first come first served)", ovvero le scarpe vengono acquistate da chi sarà il più veloce a comprarle. Si può intuire facilmente che nel caso della seconda modalità sono stati ideati dei programmi appositi, come estensioni o BOT

(programmi per computer, acronimo di robot), per velocizzare al massimo la procedura di acquisto.

Oggi giorno le sneakers vengono trattate più come un asset finanziario piuttosto che come un oggetto da collezione, tanto è vero che vengono stoccate per aspettare l'incremento della domanda e quindi per rivenderle a prezzo maggiore, come ad esempio d'estate, o poco prima di Natale. Per la determinazione del prezzo, molto spesso, viene preso in riferimento Stockx, che con il suo sistema di ask e bid va a definire il range di vendita, permettendo l'incontro fra domanda e offerta. Stockx, inoltre, dà l'opportunità, attraverso il sell now, di vendere istantaneamente la scarpa all'offerta più alta, in modo tale da accorciare i tempi di attesa. Di conseguenza il funzionamento di Stockx può essere paragonato a quello di un order book, tenendo in considerazione però le differenze presenti tra un asset digitale e un asset fisico come una scarpa, la quale subisce il fenomeno dell'obsolescenza e come richiede tempo e denaro per essere trasferito da un proprietario all'altro.

Tabella 1: variazione stagionale del prezzo di una Nike Dunk low Michigan State



Fonte: stockx.com

3.2 LE SNEAKERS COME ASSET


3.2.1 L'incontro con il mondo NFT

L'incontro tra questi due mondi apparentemente lontani è avvenuto grazie a Stockx che a gennaio 2022 ha introdotto sul marketplace degli NFT di sneakers. Il progetto è stato chiamato "Stockx Vault" e per la prima volta lega il mondo NFT con il mondo delle scarpe, grazie al quale gli utenti potranno vendere, acquistare e scambiare le proprie sneakers senza sostenere costi di spedizione e di autenticazione grazie alla tecnologia blockchain. Dietro ad ogni NFT, però, Stockx dovrà detenere la scarpa fisica poiché il possessore dell'NFT in qualsiasi momento potrà richiedere che il suo token venga convertito in scarpa, sostenendo delle fees pari a \$35 e dei costi di spedizione di \$14, così come potrà vendere il token senza sostenere alcun tipo di costo di spedizione. In Europa questo progetto non è ancora arrivato, di conseguenza è difficile prevedere le modalità di funzionamento. Tenendo in considerazione che per ora gli NFT presenti su Stockx sono molto limitati, essi vengono scambiati a cifre ben al di sopra del valore della scarpa stessa, ma ben presto potrebbe diventare il nuovo modo di intendere il resell.

Figura 1: NFT di una Nike Dunk Low Ben & Jerry's taglia US10

StockX Vault NFT Nike SB Dunk Low Ben & Jerry's Chunky Dunky - US M 10
A StockX token representing ownership of a physical pair.

NFT Verificato da StockX Edizione di 3



Fai un'Offerta Acquista a 6.656 €

Vendi a 989 € o fai una Proposta →

Ultima vendita:
3.723 €
▼ -128 € (-3.3%)

Vedi le Proposte Vedi le Offerte
Vedi le Vendite


Di solito vengono applicate tariffe di spedizione ed elaborazione di €15 - €65. [Ulteriori informazioni](#)

Fonte: stockx.com

Figura 2: Nike Dunk Low Ben & Jerry's taglia US10

Nike SB Dunk Low
Ben & Jerry's Chunky Dunky

Verificato autentico Condizione: Nuovo



Misura: US M 10

Fai un'Offerta Acquista a 1.465 €

Vendi a 1.308 € o fai una Proposta →

Ultima vendita:
1.569 €
▲ 29 € (1.9%)

Vedi le Proposte Vedi le Offerte
Vedi le Vendite

Fonte: stockx.com

Da queste due immagini riusciamo a capire bene che differenza di prezzo c'è tra l'NFT e la sneakers fisica, perché da un lato l'NFT può essere comprato per €6656 e la sneakers invece per €1465 più spese di autenticazione (10%) e spedizione (€14)

3.2.2 Possibili evoluzioni

Grazie a questo incontro tra NFT e sneakers si sono aperte molteplici strade per il futuro.

La prima di queste è la trasformazione totale delle sneakers in asset finanziari, nella quale il reseller diventerebbe un vero e proprio investitore finanziario e non più un commerciante, risparmiando così su costi di spedizione e stoccaggio ed evitando i problemi della detenzione delle scarpe. Con questa soluzione, Stockx velocizzerebbe al massimo quella che è la circolazione delle sneakers, andando ad eliminare tempi di autenticazione e di spedizione, grazie alla tecnologia blockchain, Un'altra possibile soluzione potrebbe essere quella in cui Stockx diventi un exchange di beni digitali legati alla controparte fisica. in questo caso la merce rimarrebbe sempre nei magazzini, ma il proprietario cambierebbe ogni qual volta che l'NFT viene trasferito.

L'ultima possibilità è quella di trasformare Stockx in un vero intermediario finanziario, il quale offrirebbe vari servizi tipici degli intermediari, quali ad esempio l'utilizzo della leva finanziaria, o la possibilità di fare short selling sulle sneakers, delle quali si prevede un ribasso del prezzo, oppure la possibilità di richiedere finanziamenti utilizzando come collaterale gli NFT presenti nel wallet.

Tutte queste sono possibili evoluzioni in un contesto di uova concezione, che andrà sicuramente a modificare radicalmente il mondo del resell e delle sneakers in generale. [17]

CONCLUSIONI

Con questo elaborato si è voluto mettere in risalto quanto il Fintech sia stato e sarà capace di rivoluzionare qualsiasi settore, da quello bancario a quello dell'istruzione, e come esso sia un fenomeno in continua evoluzione che coinvolgerà sempre più ambiti.

In merito al mondo degli NFT, questi stanno entrando sempre più a far parte della quotidianità di ogni individuo, basti pensare alle migliaia di giochi nati in questo periodo, come Sorare, o NBA Top Shot, che stanno riscontrando un enorme successo e stanno coinvolgendo milioni di persone, o anche al fatto che sempre più settori utilizzano questi token, sia con fini lucrativi, sia per rendere più efficienti alcuni processi aziendali.

Per quanto riguarda, invece, le possibili evoluzioni trattate nell'ultimo paragrafo sull'evoluzione del mondo del resell sono semplicemente delle ipotesi che potrebbero avverarsi, in un futuro vicino o lontano, oppure potrebbero non avverarsi mai, ma essendo una tematica altamente attuale solo il tempo ci dirà quale strada seguirà questo settore.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Marco Onado, Una regolamentazione sicura per non fare del Fintech il tulipano del nuovo millennio, 2022, <https://www.ilsole24ore.com/art/una-regolamentazione-sicura-non-fare-fintech-tulipano-nuovo-millennio-AEGgdjVB>
- [2] Filippo Renga, Cresce il Fintech in Italia: quali sono le startup e i numeri della rivoluzione, 2021, https://blog.osservatori.net/it_it/fintech-in-italia?hsLang=it-it
- [3] FINTEC, Definizioni, servizi e protagonisti della Tecnofinanza, 2021, https://blog.osservatori.net/it_it/fintech-significato
- [4] Alessandra Perrazzelli, Le iniziative regolamentari per il Fintech: a che punto siamo?, 2021, <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-direttorio/int-dir-2021/PERRAZZELLI-4-maggio-2021.pdf>
- [5] Mauro Bellini, Blockchain: cos'è, come funziona e gli ambiti applicativi in Italia, 2022, <https://www.blockchain4innovation.it/esperti/blockchain-perche-e-cosi-importante/>
- [6] Pierangelo Soldavini, Come funziona la blockchain, 2022, <https://www.ilsole24ore.com/art/come-funziona-blockchain-AEk3yJOB>

[7] Blockchain: i benefici concreti e le applicazioni più promettenti per 27 settori, 2019, <https://www.blockchain4innovation.it/iot/blockchain-benefici-concreti-le-applicazioni-piu-promettenti-27-settori/>

[8] FTA online, Differenza tra token fungibile e token non fungibile, 2022, <https://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/differenza-tra-token-fungibili-e-token-non-fungibili.htm>

[9] Cos'è un token crypto, 2022, <https://www.orimos.dev/blockchain/cose-un-token-crypto-e-quali-sono-le-differenze-dalle-cryptovalute/>

[10] Luca Tremolada, Come si determina il prezzo degli Nft? Una mappa per visualizzare la “rivoluzione” dei token non fungibili, 2021, https://www.infodata.ilsole24ore.com/2021/11/09/come-si-determina-il-prezzo-degli-nft-una-mappa-per-visualizzare-come-si-visualizza-la-rivoluzione-degli-nft/?refresh_ce=1

[11] Massimo Franceschet, Crypto art: nascita e caduta di un movimento artistico, 2021, <https://www.lavoce.info/archives/89134/crypto-art-nascita-e-caduta-di-un-movimento-artistico/>

[12] Gabriele Gargantini, Da dove è sbucato Beeple, 2021, <https://www.ilpost.it/2021/03/27/beeple-nft/>

- [13] Federica Salto, “Come lo streetwear è entrato nella moda”, 2020, <https://www.iodonna.it/moda/tendenze/2020/05/13/streetwear-storia-stussy-supreme-offwhite-balenciaga/>
- [14] Gabriele Zangarini, “Shawn Stussy: inventare lo streetwear per scappare da tutto”, 2019, <https://www.klamour.it/stussy-storia-prim-brand-streetwear/>
- [15] Marta Vannelli, “Effetto Supreme: la strategia dietro il suo successo?”, 2021 <https://marketing-espresso.com/effetto-supreme-la-strategia-di-marketing-di-successo-per-supreme/>
- [16] Luciana Maci, “Reselling, che cos’è e quali business sta generando la compravendita di sneakers”, 2022, <https://www.economyup.it/innovazione/reselling-che-cose-e-quali-business-sta-generando-la-compravendita-di-sneakers/>
- [17] Andrea Bonatti, “Il mercato delle sneakers è sempre più vicino a quello azionario”, 2022, <https://www.outpump.com/il-mercato-delle-sneakers-e-sempre-piu-vicino-a-quello-azionario/>