



CoMeta - Cooperative experiences in the Metaverse

ID domanda 10450973 CUP: B79J22002610009 COR: 8972901

Regione del Veneto PSC 2014-2020 AREA TEMATICA PSC 1- RICERCA E INNOVAZIONE
AZIONE EX POR FESR 1.1.4 “Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di
nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi” DGR n. 1800 del 15 dicembre 2021

Durata del progetto: dal 01/06/2022 al 30/08/2024

L'obiettivo del progetto CoMeta è lo sviluppo delle *basi metodologiche* e degli *strumenti tecnici* necessari per permettere alle *PMI del turismo e della cultura* di sfruttare in modo semplice ed efficace le capacità di comunicazione offerte dal *Metaverso*. Il termine "Metaverso", coniato in realtà decenni fa nell'ambito della fantascienza, è stato recentemente riportato all'attenzione dei media in seguito ai forti investimenti che Facebook ha dichiarato di voler dedicare al suo sviluppo. Dichiarazioni peraltro coincidenti con il cambio di nome della stessa azienda in "Meta", a rafforzare ulteriormente il messaggio in termini di impegno. Il Metaverso non è però un prodotto di Facebook, anzi, non è affatto un unico prodotto e non esiste uno specifico luogo virtuale così denominato. Il termine in effetti si riferisce piuttosto ad una serie di caratteristiche, principalmente legate al modello di interazione, che una comunità online dovrebbe esibire per essere classificata come tale. Su quali debbano essere tali caratteristiche nel dettaglio non c'è un consenso totale, tuttavia alcuni elementi portanti sono chiari:

1. La comunità deve essere ampia, almeno rispetto all'ambito specifico nel quale il metaverso si sviluppa, e ad alto potenziale di crescita;
2. La comunità deve essere viva e potenzialmente animata, sia mediante user-generated content, sia mediante l'azione di stakeholder specifici che agiscono nel metaverso;
3. La comunità deve poter interagire secondo modalità che permettono l'individuo a identificare se' stesso con il suo utente e i suoi asset online con asset personali;
4. La comunità deve poter generare, scambiare, trasformare asset online, che dovrebbero essere potenzialmente non fungibili (NFT);
5. Le interazioni interne alla comunità devono avvenire in real-time, ovvero il mondo del metaverso deve procedere autonomamente indipendentemente dall'accesso dei singoli.

All'interno dell'ambito del marketing digitale, CoMeta si rivolge quindi in particolare allo sviluppo di metodi di comunicazione e di strumenti che permettano alle PMI del turismo e della cultura di interpretare e rendere concrete le cinque caratteristiche del Metaverso che abbiamo descritto, ovvero rispettivamente:

1. Come individuare e far sviluppare la comunità di riferimento, superando i limiti dimensionali tipici delle PMI;
2. Come mantenere viva la comunità e coinvolgere terzi stakeholder (eventualmente con modelli di business specifici che ne rendano remunerativa la partecipazione);
3. Che tipologie di interazione prevedere e come queste si integrano con le normali attività di comunicazione dell'impresa;
4. Che tipo di asset digitali proporre e come questi si combinano con l'offerta tradizionale dell'impresa (in un'ottica cosiddetta, Phygital);
5. Come garantire una corretta gestione del real-time senza le risorse delle grandi imprese online.

Il capofila del progetto è Crafted Srl, i partner sono 10SEC Srl e Insidecom Srl.