

Titolo del Progetto VIDI ViCi - innovazione di sistemi e Dinamiche ludiche per la Valorizzazione delle esperienze Culturali

Soggetto/i Attuatore/i (Soggetto/i Partner coinvolti nel progetto)

- **CUSSMAC (già CEMSAC) - Consorzio Universitario Salernitano su Sistemi e Metodi per Aziende Competitive**
- **CRMPA - Centro di Ricerca in Matematica Pura ed Applicata**
- **Beyond Sri**

Il progetto VIDI VICI nasce dall'esigenza di ampliare e potenziare le offerte delle industrie culturali/creative, definendo e implementando un nuovo concetto di esperienza culturale basato sui principi della gamification e in cui siano integrati aspetti sociali e partecipativi di tutti gli attori coinvolti.

Il progetto prevede la realizzazione di quattro obiettivi realizzativi ciascuno dei quali funzionale alla realizzazione della piattaforma "VIDI VICI":

- **Specifiche della piattaforma "VIDI VICI":** questo obiettivo definisce le caratteristiche della piattaforma VIDI VICI, in particolare, effettuando un'analisi del dominio di riferimento [industria culturale e creativa] funzionale alla definizione dei requisiti utente della piattaforma.
- **Modello della Piattaforma "VIDI VICI ":** questo obiettivo ha lo scopo di concepire il modello della piattaforma "VIDI VICI". In particolare, nell'ambito di questo OR sarà definita la dinamica ludica in relazione alle tre tematiche supportate dalla piattaforma (percorsi esperienziali, comunità virtuali, virtual wallet) e come questa sarà realizzata attraverso le componenti principali della piattaforma stessa.
- **Modelli, Tecniche, e Metodologie di Supporto:** nell'ambito di questo obiettivo realizzativo si studieranno i risultati esistenti in relazione a problemi di ottimizzazione, profilazione e ricerca semantica allo scopo di identificare quelli più idonei ad essere applicati nell'ambito del progetto
- **Progettazione e Sviluppo della piattaforma:** sfruttando i risultati precedenti, quest'obiettivo svilupperà il progetto software della piattaforma realizzandone un prototipo, e definirà i requisiti per la sperimentazione.

In particolare, l'obiettivo finale è quello di progettare e sviluppare una piattaforma, mediante la quale:

- da una parte, gli utenti, che assumono il ruolo di giocatori, possono eseguire percorsi esperienziali in cui sono integrati metafore ludiche e meccanismi di premialità (rewarding), e supportare la creatività delle industrie, utilizzando una *fabbrica delle idee* (Idea Factory),
- dall'altra le industrie forniscono e promuovono le proprie offerte allo scopo di acquisire e fidelizzare i consumatori.

La dinamica della soluzione tecnologica finale può essere ricondotta a quella di un ciclo di produzione autoalimentato, dove i consumatori (player) fruiscono dei percorsi esperienziali gamificati in base ai prodotti/servizi delle industrie, le quali a loro volta vengono stimulate a produrre nuove offerte a partire dalle preferenze e dalle idee generate dalle discussioni degli stessi giocatori, gestite all'interno dell'idea factory ispirandosi al paradigma del crowdsourcing

L'elemento innovativo della proposta risiede, in primo luogo, nell'integrazione di diversi paradigmi (e.g. gamification, crowdsourcing) in un'unica piattaforma, utilizzate allo scopo di innescare nuovi processi creativi a supporto della valorizzazione e fruizione dell'offerta culturale. Tale elemento centrale determina la necessità di attivare una serie di linee di ricerca che introdurranno specifici elementi di innovatività nei rispettivi settori di riferimento. Ci si riferisce,

in particolare, alle seguenti linee:

- Tecniche e metodologie per la gamification, al fine di realizzare esperienze culturali/creative mediante metafore ludiche.
- Metodologie per l'implementazione di un modello di business basato sul paradigma del crowdsourcing, che mira alla definizione di idee creative da parte dei player a vantaggio delle industrie.
- Modelli e metodi per la realizzazione di un strumento, ispirato all'archetipo del Virtual Wallet, per la gestione dei reward e l'eventuale acquisizione (micro-pagamento mediante virtual coin) delle offerte fornite dalle industrie

Nell'ambito del presente progetto si intende dare un approccio al marketing delle industrie culturali e creative, che sia fortemente *customer-oriented* e che veda, quindi, l'utente al centro del processo di co-creazione di valore con il brand. In tale prospettiva, si prevede che i merchant orientino il loro focus verso la comprensione e la soddisfazione dei bisogni del consumatore, con l'obiettivo di ottenere la loro fedeltà (*customer loyalty*). Appare vincente l'idea dell'engagement, facendo rivivere al consumatore logiche e dinamiche tipiche del gioco in contesti insoliti, non propriamente ludici. Questa pratica, comunemente detta gamification, permette facilmente di emozionare, incuriosire, coinvolgere, stimolare e anche fidelizzare l'utente, perché attraverso il gioco, non solo si apprende qualcosa di nuovo, ma ci si sente parte attiva e soprattutto si ha la possibilità di ottenere un benefit immediato: il premio.

Le conoscenze acquisibili dal progetto "VIDI VICI" conferiscono alla filiera culturale-creativa un elevato grado di innovazione, nella fruizione e, allo stesso tempo, nella creazione di un servizio/prodotto legato a contesti culturali e/o creativi. Infatti, le industrie di settore, hanno, tradizionalmente, il gravoso compito di rendere l'esperienza culturale stimolante e proattiva, dissociandosi da quei pregiudizi che la vedono, il più delle volte, tediosa e passiva. Per tale motivo, visto anche il potenziale economico che può generare il patrimonio culturale/territoriale posseduto dall'Italia, le industrie stanno attuando notevoli cambiamenti nel confezionamento di offerte, corredandole, in taluni casi, dall'uso delle moderne tecnologie.

Le metodologie e tecnologie che vengono introdotte mediante la presente proposta mirano principalmente a sviluppare un processo di business alternativo che possa potenziare il mercato delle offerte da parte delle industrie, puntando sul raggiungimento di un duplice obiettivo:

- Stimolare, attrarre e coinvolgere i consumatori, sfruttando il paradigma della gamification, ossia integrare nella reale esperienza culturale metafore ludiche, allo scopo di rendere tale esperienza un gioco e il consumatore il player.
- Supportare la creatività delle industrie attraverso l'espressione di nuove idee da parte dei consumatori/player, i quali, mediante una comunità virtuale, ispirata all'archetipo del crowdsourcing, possono ideare nuovi percorsi culturali secondo le proprie esigenze, preferenze ed esperienze passate. Il processo produttivo e creativo si presenta, quindi, come un ciclo auto-alimentato, basato sul concetto di continuous improvement, ossia a partire da un insieme iniziale di offerte, queste vengono migliorate in maniera continua dall'interazione dei consumatori, attraverso il suggerimento di nuove proposte di mercato.