

FakePress The Hub Roma Art is Open Source

in collaborazione con il Corso di
**Sperimentazioni di Tecnologie
e Comunicazioni Multimediali**
della **Facoltà di Architettura Ludovico
Quaroni - La Sapienza, Dipartimento
di Disegno Industriale**

e il Corso di
**Economia delle Aziende
non profit**
della **Facoltà di Economia - Tor Vergata**



L'Active Consumer.

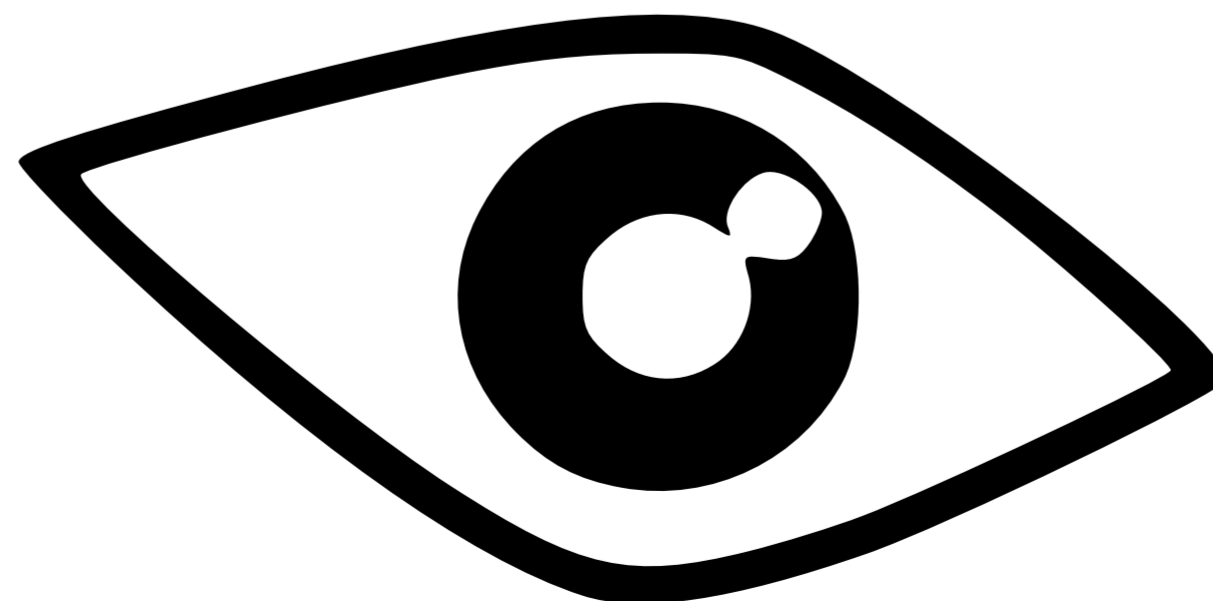
*Dai Movimenti allo
Shopping-Based
Publishing*

Autori:

**Ilaria Bassi,
Vanessa D'Acquisto,
Piergiorgio Malfa,
Vittoria Mauro**

Coordinamento scientifico:

Dario Carrera (Social Innovation), Cary
Hendrickson (New Business Model & Eco-
sustainability), Oriana Persico (Media,
Communication & Network Strategies),
Federico Ruberti (Market Strategies), Luca
Simeone (Design Anthropology), Salvatore
Iaconesi (Artistic Direction & Innovation
Technology), Marco Scialdone (Legal Aspects)



Metodologia

Analisi della letteratura
Ricerca online
Indagini e report ufficiali
Applicazione della "direct observation" e della
"participant observation"

Domande di ricerca & Timing

FASE I (Novembre 2009 - Febbraio 2010)

Lo Scenario

Quanto sono sensibili i consumatori ai temi ambientali e di consumo responsabile?

Quanto sono sensibili i consumatori alle opinioni generate nei Social media e alla brand reputation creata attraverso User Generated Content?

Qual è la diffusione degli smartphone presso la popolazione?

Esistono tecnologie/applicazioni simili ad iSee?

FASE II (Marzo - giugno 2010)

Il business model

Quanti soggetti potrebbero essere interessati all'applicazione?

Analisi del target business & consumer

Esiste un target disposto a finanziare la sua commercializzazione?

Esiste un target disposto a pagare per usufruire del servizio?

Quali potrebbero essere gli usi alternativi dell'applicazione?

Quali sono i problemi di governance del progetto?

Trasparenza e gestione del processo

Quali sono le possibili problematiche legali della piattaforma?

Analisi degli aspetti giuridici