

Ecosistema Life and Lives in bits

| Progetto Life and Lives in Bits
| Telecom Italia | Future centre

Gianni Fettareppa

Mariana Ribas

Jim Chen



L'idea: servizi basati sull'informazione

- ▶ La nostra vita genera un'ombra di informazioni fatta di bit
- ▶ Oggi questa **digital shadow** è frammentata perchè:

Raccolta da diversi canali

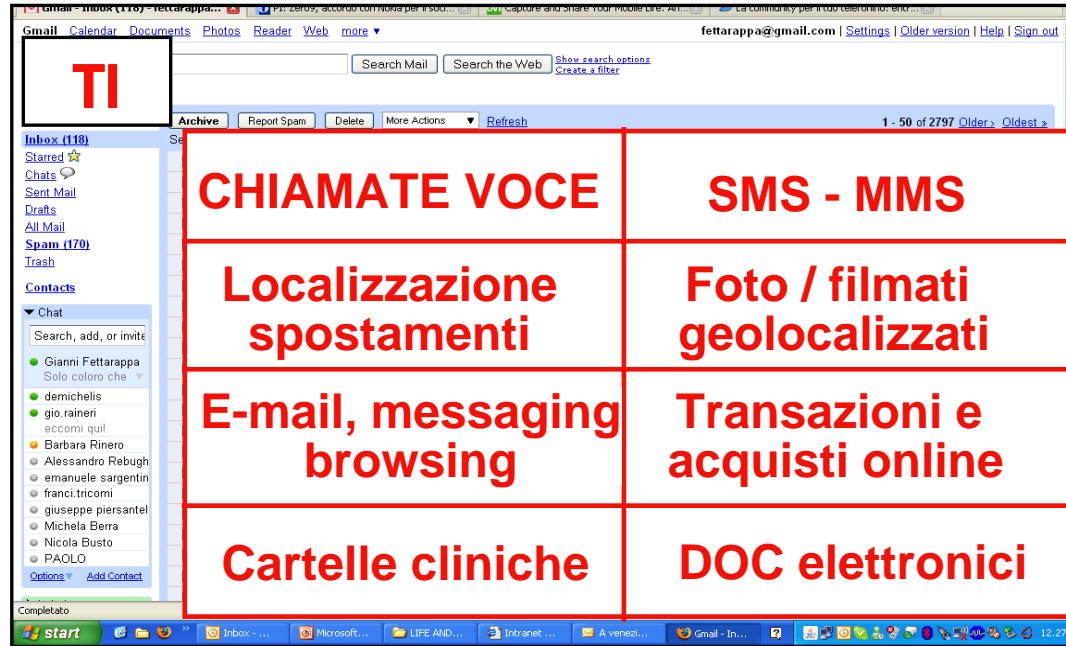
"Posseduta" da diverse entità



- ▶ I punti di **cattura** e **raccolta** sono molti e non connessi tra loro

- ▶ Gli attori non stanno agendo in un ecosistema comune, perchè questo **ecosistema non esiste oggi**

Spazio personale online



Ferrovie/
Aeroporti
Autostrade

Alberghi /
Commercianti

Comuni / Enti

Banche

ASL / Ospedali...



Obiettivi della ricerca: Scenari e modelli di business

Quali **METADATI** si possono creare componendo le informazioni dell'ombra?

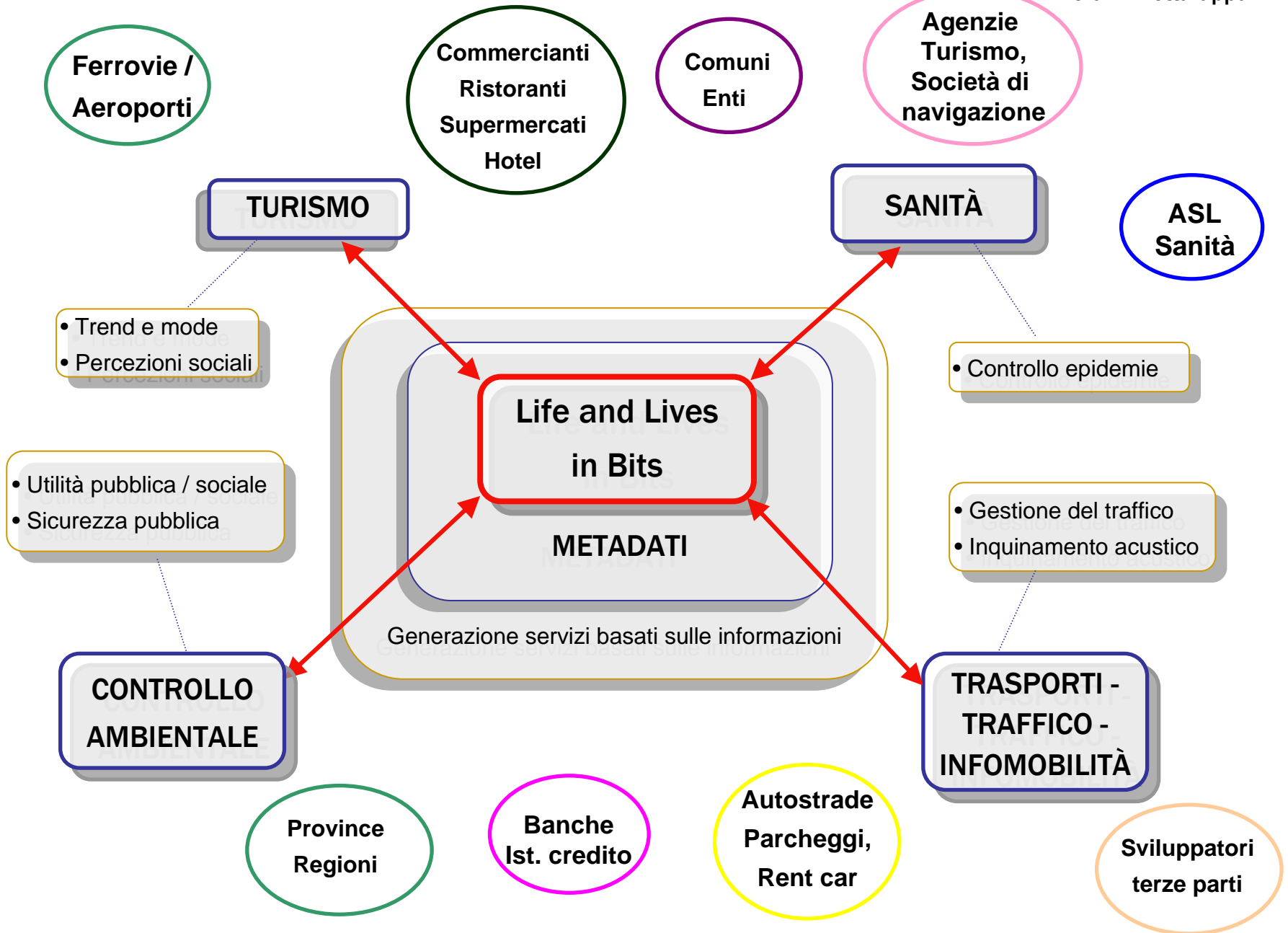
Possibili scenari e modelli di business:

- ▶ **Turismo**
- ▶ **Sanità**
- ▶ **Trasporti / Traffico / Infomobilità**
- ▶ **Controllo ambientale**
- ▶ **Sicurezza**
- ▶ **ADV...**

Chi può mettere insieme queste informazioni e proporsi come **Trusted Party**?

Key issues

- ▶ Ribaltamento del modello Google
 - ▶ Protezione dall'uso non autorizzato dell'ombra digitale del singolo
 - ▶ Garanzia della cancellazione dell'ombra digitale dopo un tempo stabilito
 - ▶ Salvaguardia della democrazia e della libertà del singolo contro lo sfruttamento occulto e l'uso illegale dell'ombra (CONTROLLO)
 - ▶ Percezione positiva di Telecom come garante e Trusted Party del tracciamento digitale .
- ▶ Utilizzo dei dati utente in modo aggregato e neutralizzato per servizi di utilità pubblica e sociale



Valore per TI

- ▶ **RETENTION UTENTI:** Se l'utente ha tutta la sua vita digitale accessibile grazie a TI, se cambia operatore perde l'accesso a questi dati
- ▶ **REVENUE SHARE** con l'attore coinvolto (es ferrovie; quando l'utente "vende" le sue informazioni a terze parti, attori dell'ecosistema per avere sconti)
- ▶ **COMPLETAMENTO INFORMAZIONI DI ATTORI DELL'ECOSISTEMA:** le informazioni delle transazioni/relazioni che l'utente ha con terze parti, attori dell'ecosistema, vengono inviate e memorizzate sulla pagina personale dell'utente gestita da TI. Se utente acquista ticket treno, le ferrovie inviano le informazioni anche nella pagina personale utente
- ▶ **TRUSTED PARTY:** TI diventa abilitatore ecosistema e acquista valore di immagine lato utente

Valore per utente

- ▶ L'utente ha **tutta la sua vita digitale registrata e accessibile** grazie a TI
- ▶ L'utente può **"vendere" le sue informazioni** a terze parti, attori dell'ecosistema per avere sconti
- ▶ L'utente può anche **autoprofilarsi** per godere della **personalizzazione automatica dei servizi**
- ▶ L'utente Deve **percepire un valore in cambio dei suoi dati**; es: l'utente acquista un biglietto del treno e fornendo la liberatoria sulle informazioni dei suoi spostamenti, riceve coupons di sconti di attività commerciali nella città turistica in cui si sta recando. Aspetti di Security e aspetti legali di gestione dati utente

Valore per terze parti (attori ecosistema)

- ▶ Avere **info utente mirate e accurate** per costruire servizi sulle informazioni, advertising, personalizzazione esperienza utente

RAGNATELA RELAZIONI UTENTI

- ▶ Comprendere la RAGNATELA RELAZIONI UTENTI
 - ▶ Capire qual è il **network sociale dell'utente** (da SMS scambiati, messaging...)
 - ▶ Capire il ruolo sociale dell'utente (leader, opinion leader, follower...)
 - ▶ Social networking is the use of **self-generated user profiles** to help facilitate and mediate social interactions. Typically, **social network users share details about themselves**, search for others with similar interests, exchange messages, and work together.
- ▶ Estrarre dati dal social network (società www.xtract.com)
- ▶ Utilizzare agenti intelligenti per fare ricerche sulla rete sociale dell'utente. Es un amico della rete sociale cerca un libro o ha una esigenza e un agente interroga il network per la risposta

In prospettiva: Archivio dati permanente sullo stile di vita personale

Conoscere ogni singolo dettaglio della nostra vita:
le nostre abitudini, le nostre idee, i nostri gusti, i nostri dati biologici e sensibili

Tramite i seguenti punti di cattura dei dati:

- ▶ Telefonate voce, SMS, MMS, e-mail, instant messaging, blog, social network
- ▶ Geolocalizzazione tramite GSM, GPS, WiFi, Tag RFID
- ▶ Foto e video digitali taggati e geolocalizzati
- ▶ Telepass caselli
- ▶ Tessere fedeltà negozi alimentari
- ▶ Frequent flyer transponder
- ▶ Carte di credito
- ▶ Monitoraggio biometrico / informazioni ASL (cartella clinica elettronica)
- ▶ Documenti elettronici (word, excel, pdf)...

PROPOSTA: "ridare ai consumatori il controllo sulle proprie informazioni personali e sul modo in cui vengono usate in Internet". La metafora a cui si ispira e' quella della **carta di identità digitale virtuale**: ogni utente potrà compilare e memorizzare una scheda contenente i propri dati personali.