



HAL
open science

Self Data : être acteur de ses données personnelles. Une réflexion portée par un Think Tank, mobilisant des techniques de conception collaborative, et explorant le sujet des données personnelles à l'usage des individus qui les produisent

Manon Molins

► **To cite this version:**

Manon Molins. Self Data : être acteur de ses données personnelles. Une réflexion portée par un Think Tank, mobilisant des techniques de conception collaborative, et explorant le sujet des données personnelles à l'usage des individus qui les produisent. domain_shs.info.docu. 2014. mem_01128959

HAL Id: mem_01128959

https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_01128959v1

Submitted on 10 Mar 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Titre 1 - Promotion 2013-2014

CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS

Ecole Management et Société-Département CITS

INTD

MEMOIRE pour obtenir le
Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD
RNCP niveau I

Présenté et soutenu par
Manon Molins

Le 19 décembre 2014

Self Data : être acteur de ses données personnelles

Une réflexion portée par un Think Tank, mobilisant des techniques de conception collaborative, et explorant le sujet des données personnelles à l'usage des individus qui les produisent.

Jury :

- ❖ **Maryse Carmes, maître de conférences, INTD-CNAM, directrice de mémoire**
- ❖ **Lucile Desmoulins, maître de conférences, UPEM - Université Paris-Est Marne-la-Vallée**

Promotion 44

Résumé

Ce mémoire se propose de poser un questionnement sur l'animation d'une réflexion autour de l'usage des données personnelles pour et par l'individu qui les produit : « les Self Data ». Le rôle de l'animateur, ici un Think Tank, et sa méthode d'animation, sa gestion de projet seront soulevés, puis une partie, qui pourra être lue de manière indépendante, permet de se concentrer sur les services Self Data et les enjeux qui les entourent.

#ThinkTank

#ManagementDeProjet

#DonnéesPersonnelles

#Services

#Confiance

#SelfData

Abstract

This work will reflect on the leading role of a Think Tank and its management skills, regarding its project on the issue of SelfData : personal data that can be use by and for the individual that produces them.

Firstly, we will focus on the Think Tank and the stakes behind the word itself, then we will concentrate on the management skills of the Think Tank and finally on the SelfData ecosystem, particularly its services and apps.

#ThinkTank

#ProjectManagement

#PersonalData

#Services

#Trust

#SelfData

Remerciements

Merci à toute l'équipe Fing, et à l'équipe MesInfos en particulier : Renaud, Daniel, pour leur confiance, leurs encouragements et leur reconnaissance ; Marine, avec qui j'ai eu le plus d'échanges, pour son encadrement sans faille, sa disponibilité et ses remarques toujours pertinentes.

Je tiens à remercier toute l'administration de l'INTD, et en particulier Carole Briend et Maryse Carmes, pour leur investissement et leurs capacités à écouter et à franchir les obstacles administratifs les plus obscurs afin de me permettre de réaliser le stage que je désirais.

A Maryse Carmes, un grand merci, pour son suivi et ses encouragements dans ma volonté de mobiliser mes 4 années d'enseignement précédentes et de les associer aux compétences INTD, dans mon parcours professionnel et dans ce mémoire.

Merci à mes collègues de la promotion 2013-2014, grâce auxquels l'année s'est déroulée dans le plaisir de l'échange.

Merci à : deux amies, Noémie, bien décidée à m'aider pour ce mémoire, qui a fini par arriver à ses fins et Mélanie, pour ses références et ses envois de textes ; mes parents, pour leur soutien infallible et leurs questions toujours justes.

Sommaire

INTRODUCTION.....6

Première partie : Un cadre de mission, La Fondation Internet Nouvelle Génération et le projet MesInfos..... 11

A) LA FING, UN THINK TANK ? DISCOURS OFFICIELS ET ELEMENTS ACADEMIQUES. 14

Statut et financement..... 14

Rapport de la Fing avec le champ public..... 16

L'espace spécifique du Think Tank..... 19

Métiers de « think-tanker »..... 21

B) LA FING, UN THINK TANK ET UN DO-TANK ? REALITES - OBSERVATIONS ET DOCUMENTATION. 25

La fonction académique ?..... 25

La fonction diplomate ?..... 32

La fonction Journaliste? 33

La fonction Entrepreneur ? 34

C) LES ENJEUX DU PROJET MESINFOS..... 38

Une idée de projet dans la continuité d'un autre : la confiance numérique..... 38

Les Self Data 41

Deuxième partie : un management par projet prenant appui sur le principe de conception collaborative 46

A) HYPOTHESES SUR LA GESTION DE PROJET 46

L'organisation du projet MesInfos - 8 items 47

Comment s'insérer dans un projet déjà en place ?..... 54

B) ÉLEMENTS ET PISTES DE REFLEXION A PARTIR DES OBSERVATIONS. 56

Observations 1 : La Fing et le management par projet..... 56

Observations 2 : Une veille continue est nécessaire en amont et tout au long du projet. Elle est informelle et réalisée individuellement..... 57

Observations 3 : les projets se gèrent par binôme, avec la direction et le reste de l'équipe en soutien 58

Observations 4 : La Fing et la conception collaborative..... 60

C) SCENARIOS, RECOMMANDATIONS 73

SCENARIO 1 : DEVELOPPER UN « BUTTON » FRANÇAIS..... 73

SCENARIO 2 : UNE GESTION DE L'INFORMATION PLUS EFFICACE..... 76

SCENARIO 3 : LIER CE PROJET A D'AUTRES..... 77

Troisième partie : analyse des résultats de la mission : Un monde de Self-Data 81

A) LE RETOUR DES DONNEES PERSONNELLES : UNE INITIATIVE INTERNATIONALE 82

Angleterre : Midata Initiative 83

Etats-Unis : Smart Disclosure..... 85

Les autres acteurs de l'Ecosysteme 89

B) LES SERVICES SELF DATA : VALEUR D'USAGE POUR LES INDIVIDUS.....	91
Les données utilisables par les services Self Data	92
Les domaines d'usages déterminés	94
Les services existant aujourd'hui, mais ne se réclamant pas forcément du même mouvement :	96
C) SERVICES SELF DATA : MODELES DE REVENUS	106
LE FREEMIUM.....	108
LE PAYANT.....	109
LES PARTENARIATS	110
LES COMMISSIONS	112
D) LES QUESTIONS ET DEFIS SOULEVES PAR CES SERVICES SELF DATA	114
Défi économique : la question de la marchandisation.....	114
Défi sociologique : le « moi, moi, moi » et l'entre-soi renforcé par ces services ?	118
Conclusion.....	124
Bibliographie	124

INTRODUCTION

« Dis-moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es », « Dis-moi qui sont tes amis, je te dirai qui tu es », autant d'expressions déclinables qu'on pourrait, dans la société de l'information qui est la nôtre aujourd'hui, simplement traduire par « Donne-moi tes données, je te dirai qui tu es ».

En effet, plus besoin de dire quoi que ce soit, nous émettons continuellement des traces numériques, récoltées, stockées et analysées par les entreprises à des fins de profilage, de publicités ciblées, de marketing. Le seul problème, c'est que nous ne leur « donnons » pas. Elles les récoltent sans notre accord. De plus, elles ne « disent » pas qui nous sommes. L'asymétrie de l'information est donc totale.

C'est ainsi que nous entrons dans une société de contrôle, où la confiance envers les entreprises est au plus bas. Selon Gilles Deleuze¹ :

« Le service de vente est devenu le centre ou l'« âme » de l'entreprise. On nous apprend que les entreprises ont une âme, ce qui est bien la nouvelle la plus terrifiante du monde. Le marketing est maintenant l'instrument du contrôle social, et forme la race impudente de nos maîtres. »

Ce marketing, instrument du contrôle social, s'appuie donc sur des données, mais de quel type de données parlons-nous ? Les définitions sont multiples.

Selon la CNIL² :

« Constitue une donnée à caractère personnel toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres. Pour déterminer si une personne est identifiable, il convient de considérer l'ensemble des moyens en vue de permettre son identification dont dispose ou auxquels peut avoir accès le responsable du traitement ou toute

¹ (1, DELEUZE)

² Article 2 du chapitre I de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés : <http://www.cnil.fr/index.php?id=301>

autre personne. »

Selon le World Economic Forum³:

« Les données personnelles sont définies comme les données et les métadonnées créées par - et à propos - des individus. Elles comprennent :

- Les données « volontaires » (volunteered data) : créées et partagées par les individus (ex. : réseaux sociaux)
- Les données « observées » (observed data) : enregistrements des actions des individus (ex. : géolocalisation)
- Les données « déduites » (inferred data) : données basées sur l'analyse des données volontaires ou observées. »

Une donnée personnelle correspond donc à toute métadonnée ou donnée qui concerne l'individu, qu'elle permette de l'identifier nommément ou de l'identifier par un profil. Il peut s'agir de ses préférences, sa géolocalisation, ses photos, ses achats, etc.

Ces données sont produites par les individus, mais utilisées par différentes entreprises :

- Les entreprises qui fournissent un service gratuit et qui revendent les données personnelles de leurs utilisateurs (ex. : Facebook, Google)
- Les entreprises qui achètent ces données et qui utilisent les données clients dont elles disposent pour leurs pôles marketing

Cette société de contrôle entraîne de nombreux scandales, et les individus commencent à se lasser de cette asymétrie de l'information, avec l'exemple très médiatisé de la chaîne Target, qui a pu deviner la grossesse d'une de ses jeunes clientes avant sa propre famille et la lui a révélée en lui envoyant des publicités ciblées.

Les cadres légaux actuels ne permettent pas de répondre à cette inquiétude des individus. La loi Informatique et Liberté permet un droit de rectification et

³ (2, WORLD ECONOMIC FORUM)

d'accès, mais pas de réutilisation, l'Union européenne durcit ses mesures contre Google, offre un droit à l'oubli... Mais il s'agit plus de protection envers les entreprises, ce qui creuse alors le fossé entre elles et les individus.

C'est dans ce contexte que la Fing, Fondation Internet Nouvelle Génération, un Think Tank sur les enjeux du numérique, construit le projet MesInfos. Il ne s'agit pas de réfléchir en terme de propriété des données, mais bien en terme d'usage, de créer un écosystème qui permettrait aux entreprises de « rendre » les données récoltées afin que les individus puissent en tirer une vraie valeur, au moins équivalente à celle que les entreprises en font. Une fois ces données récupérées, les individus vont « prêter » leurs données à des services tiers qui vont pouvoir les traiter pour l'usage et le bénéfice de leurs clients, les individus. Le but est donc de renverser l'asymétrie de la relation individu/entreprise actuelle, en permettant à l'individu d'être l'acteur de ses propres données, et de créer ainsi un climat de confiance entre les deux.

Le projet MesInfos vise à rassembler un noyau d'entreprises et d'administrations partenaires, dans le but d'explorer de manière concrète ce qui pourrait transformer la relation entre les individus et les organisations (entreprises et administrations) : le partage des données personnelles que détiennent les organisations avec les individus qu'elles concernent, pour qu'ils en fassent... ce qu'ils veulent.

Ces données ont été baptisées Self Data, et la Fing en donne une première définition⁴ :

« La production, l'exploitation et le partage de données personnelles par les individus, sous leur contrôle et à leurs propres fins : pour mieux se connaître, prendre de meilleures décisions, évaluer ses décisions passées, se faciliter la vie... »

Cette production, exploitation et partage nécessitent l'utilisation de services tiers par les individus, qui vont y transférer leurs données « rendues » pour obtenir une valeur d'usage.

Se pose alors la question suivante : comment, dans un monde de données, et particulièrement de données personnelles, de nouveaux services peuvent-ils émerger

⁴ (3, FING)

pour en rendre le contrôle à ceux qui les produisent directement : les individus ?

Insistons sur le « comment » de cette question. En France, le projet MesInfos s'attache à faire prendre conscience de l'enjeu et à rendre possible l'émergence ou le développement de ces services. Ce mémoire se propose donc de réfléchir à un projet mené par un think tank (I) mobilisant la conception collaborative (II) et explorant le sujet des données personnelles pour l'usage des individus qui les produisent (III), en confrontant un travail de terrain, des recherches documentaires à un savoir académique.

Dans une première partie, nous allons nous concentrer sur le cadre de la mission en ouvrant la réflexion sur cette notion de Think Tank dont la Fing se réclame, et sur les enjeux qu'elle et le projet MesInfos portent.

Puis, dans une seconde partie nous allons explorer la façon dont la Fing et le projet MesInfos, fonctionnent, comment elle applique les principes de collaboration qui caractérise sa gestion de projet.

Enfin, dans une troisième partie, nous nous concentrerons sur l'écosystème Self Data et l'illustrerons par les services qui en sont la clef, en étudiant les défis sociologiques et économiques qu'ils soulèvent.

**PREMIERE PARTIE : UN CADRE DE
MISSION - LA FONDATION INTERNET
NOUVELLE GENERATION ET LE
PROJET MESINFOS -**

Première partie : Un cadre de mission, La Fondation Internet Nouvelle Génération et le projet MesInfos

Pour répondre au sujet de ce mémoire, il faut d'abord comprendre le type d'organisation dans laquelle j'ai réalisé la mission qui est étudiée ici. La FING n'est ni une entreprise commerciale, ni une administration publique, ni une ONG. Il s'agit d'un Think Tank, sous le statut d'association Loi 1901.

Sur le site de la Fing on trouve la présentation suivante : depuis 14 ans, la Fing aide les entreprises, les institutions et les territoires à anticiper les mutations liées aux technologies et à leurs usages. Elle a construit un nouveau genre de Think Tank, dont les productions sont largement reconnues en Europe et ailleurs.

Qu'est-ce qu'un Think Tank ?

Une traduction littérale permet de se lancer dans les plus folles interprétations quant aux activités d'une telle structure :

- Tank = citerne, réservoir, cuve qui représentent un espace a priori clos
- Think = penser

On obtient donc aux choix :

- "un réservoir pour penser" entraînant l'image d'un récipient qui permet d'élaborer des pensées
- "un réservoir à pensées" entraînant l'image d'un récipient où l'on puiserait des idées...

Le mot "Think Tank" n'existe pas dans la langue française. Une recherche dans "les Trésors de la langue française" et le dictionnaire du CNRS a pour résultat un silence qui nous entraîne vers les dictionnaires d'éditeurs, Larousse et Hachette qui le décrivent comme " un cercle de réflexion émanant généralement d'institutions

privées, et apte à soumettre des propositions aux pouvoirs publics". La traduction recommandée est : laboratoire d'idées.

Un laboratoire d'idées ?

Un laboratoire implique chercheurs et sciences, ce que les Think Tanks ne réunissent pas forcément, et que le terme anglais permet d'occulter. D'autres ont tenté de définir ce mot venu des anglo-saxons et qui s'est répandu dans la société française. Par exemple, Geoffrey Geuens⁵, dans la revue Quaderni, qui consacre un numéro à l'étude des thinks tanks, indique dans son avant-propos une définition plus poussée :

« Traduit par les termes "réservoir à penser", "boîte à idées" ou "cercle de réflexion", le Think Tank désigne communément la réunion d'un ensemble de personnes et/ou de ressources intellectuelles engagées dans la recherche, la production et la diffusion d'analyses en politiques publiques à destination des autorités et, en certains cas même, des entreprises et des organisations non gouvernementales. »

Le Think Tank serait donc un cabinet de consultants ?

C'est ce que cette définition laisse à penser, puisqu'il aurait :

- Des clients : l'Etat, des entreprises, des organisations ;
- Des missions : rechercher et produire des analyses de politique publique ;
- Des compétences : personnes et ressources intellectuelles.

Dans ce cas quelle est la différence avec un cabinet de consultants ? Pourquoi les Think Tanks ne sont-ils pas définis ainsi ?

⁵ (4, GEUENS)

De cette première réflexion, il apparaît évident que le terme est complexe, et demande à être étudié à la lumière des travaux déjà réalisés sur le sujet. Il faut croiser les différentes interprétations du mot.

Geoffrey Geuens admet que : "Cette définition, pour évidente qu'elle apparaisse, demande néanmoins à être interrogée à la lumière des objectifs et pratiques dont témoignent généralement les Think Tanks. Si le phénomène fascine et interpelle, c'est peut-être au plus visible par la variété des institutions que recouvre le vocable en question (...)"

Il est donc difficile, voire impossible d'établir une seule et même définition restrictive, car, pour chaque organisme se déclarant Think Tank, il faudrait en inventer une nouvelle. Il est plus prudent de déterminer pour chaque cas un ensemble de propositions caractérisant celui-ci en détaillant les objectifs et pratiques de l'organisation.

C'est ce que nous allons faire dans cette première partie, tout d'abord en confrontant les statuts et les discours de la Fing sur elle-même aux différents éléments de caractérisation des Think Tanks présents dans les textes académiques. Puis nous vérifierons ces éléments de caractérisation, à la lumière d'observations et de documentation. Enfin, nous nous concentrerons sur le cadre de mission spécifique au projet MesInfos.

A) LA FING, UN THINK TANK ? DISCOURS OFFICIELS ET ELEMENTS ACADEMIQUES

Interrogeons-nous: quels sont les objectifs affirmés de la Fing et ses pratiques? Correspondent-ils -aux définitions proposées par les auteurs académiques

Statut et financement

Selon l'encyclopédie Universalis, Keith Dixons⁶ nous dit :

« Dans son acception anglo-américaine, le Think Tank est une organisation privée autonome, ou relativement autonome, qui entreprend l'analyse des politiques publiques en vue de les infléchir, et qui opère indépendamment des gouvernements, des partis politiques et des groupes de pression. Il prend généralement la forme juridique d'une "non-profit corporation », d'une « société à but non lucratif ", équivalant à une association selon la loi de 1901 en droit français. »

De plus, selon Thierry de Montbrial (fondateur de l'IFRI, Think Tank Français) et Thomas Gomart⁷, le cas français est spécifique. Les Think Tanks dans l'acceptation anglo-saxonne n'auraient pas en France l'espace institutionnel pour s'épanouir :

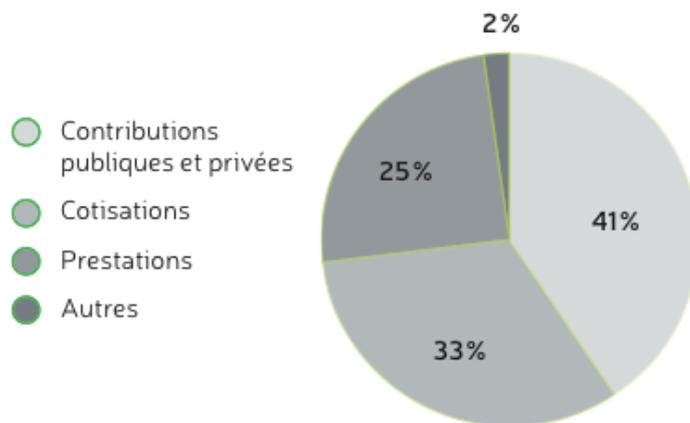
« Les cabinets ministériels servent de courroies de transmission entre le décideur politique et l'appareil administratif, ce qui laisse peu d'espace pour une expertise externe. Le "modèle français" se révèle donc, à première vue, antinomique de la culture des Think Tanks anglo-saxons... Il ne faudrait pas, pour autant, conclure à une inertie de la société civile dans notre pays. Bien au contraire, pour se mobiliser et s'organiser, cette dernière dispose d'un outil privilégié, l'association »

⁶ (5, DIXON)

⁷ (6, MONTBRIAL ET GOMART)

La Fing correspond donc bien à l'acceptation française d'un Think Tank. Son statut associatif lui confère une indépendance vis-à-vis de la puissance publique. Son conseil d'administration, constitué en collèges, renforce cette indépendance en rendant difficile à une catégorie de partenaire de "prendre le pouvoir". Elle vit grâce au soutien de ses adhérents, de ses grands partenaires et des prestations qu'elle délivre. Son budget est diversifié et la rend moins vulnérable.

Répartition des ressources de la Fing (%)



Le budget de la Fing se situe autour de 1,8 M€. Ses revenus proviennent des cotisations de ses membres, des contributions de ses partenaires et du soutien d'entreprises, de collectivités locales et d'acteurs publics à ses projets.

(source : plaquette 2014 Fing)

Les grands partenaires de la Fing :



La Fing bénéficie de financements publics (région Paca, La Poste dont le capital est détenu à majorité par l'Etat, Caisse des Dépôts), de financements institutionnels

(Inria, rattaché au ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche) et de financements privés (les adhérents).

Rapport de la Fing avec le champ public

La Fing étant financée en partie sur fonds publics (55 à 60%), quel est son rapport avec la puissance publique ? Ce mode de financement permet-il d'influer sur les politiques publiques ?

Pour Daniel Béland⁸, « Le Think Tank se situe en quelque sorte à la frontière de l'expertise et de l'action politique » En effet, ces organisations ont pour but la dissémination des idées dans le champ public. Les experts, au même titre que les journalistes ou que les élus par exemple, participent à la définition des questions qui vont entrer à l'agenda public.

Or, ce sont ces mêmes experts qui participent à la réponse ce qui établit selon lui « un lien direct entre la « définition » même des problématiques et l'élaboration de « solutions » dans le domaine des politiques publiques » Une fois ces idées disséminées, elles deviennent de véritables armes politiques qui vont justifier les réformes engagées.

Pour que la Fing rentre dans cette catégorie « à la frontière de l'expertise et de l'action politique » il faut vérifier si les études, expérimentations et recommandations produites par la Fing ont été utilisées par les pouvoirs publics pour justifier une prise de décision. Cela semble être le cas. Dans sa plaquette de présentation, on peut lire qu'en 2001 :

« Le travail de la Fing sur "les cartables électroniques" inspire directement le schéma directeur du ministère de l'Éducation sur les "Espaces numériques de travail, et qu'en 2006 : La Fing a contribué à l'écriture de la stratégie européenne d'e-inclusion. »⁹

D.Béland fait ensuite un point sur la dissémination des idées dans le champ

⁸ (7, BELAND)

⁹ (8, FING)

public :

« Les experts travaillant pour divers Think Tanks peuvent ensuite offrir leurs conseils aux élus et aux fonctionnaires, parfois de façon directe, lors de conférences, et souvent de manière indirecte, à travers des rencontres et des communications informelles. »

Est-ce le cas pour la Fing ? Oui. La Fing organise des rencontres avec les pouvoirs publics. De plus, Daniel Kaplan, son délégué général et co-fondateur est membre du Conseil National du Numérique (CNN), qui est un organe consultatif officiel de la République, dont les fonctions sont d'être un espace de réflexion et de recommandation aux élus. Lui-même et certains membres de son équipe sont régulièrement auditionnés dans le cadre de rapports publics (ex : rapport numérique du Conseil d'Etat).

Les valeurs de la Fing

Dans sa plaquette 2014, la Fing affirme s'appuyer sur un socle de quatre valeurs clefs et trois valeurs de travail :

Les valeurs clefs

- **Empowerment** La distribution large des capacités d'agir et d'innover.
- **Intelligence collective** Le partage et la coopération.
- **Créativité** La fécondité du désordre, du désir et de l'imaginaire.
- **Durabilité** Une innovation à la fois dynamique, ouverte et attentive à ses effets.

Les valeurs de travail

- **Ouverture** L'accès à ses projets est ouvert sans exclusivité à tous ses membres, voire au-delà.
- **Bien commun** Les productions de la Fing sont publiques et librement réutilisables.
- **Neutralité** La Fing n'est pas un lobby. Elle ne prend pas position sur des sujets de politique publique

Ainsi, les valeurs travail (ouverture, bien commun et neutralité), renforcées

par le fait que la Fing publie tous ses travaux sous licence "creative commons"¹⁰, amorcent l'idée que l'organisation n'est pas le "conseiller du prince". Elle ne fonctionne pas comme un lobby. Elle ouvre sa production et ses réflexions au monde extérieur, sans discrimination entre élus et citoyens. Cela reste cependant à nuancer, car la Fing annonce avoir participé au processus de décision publique, avec par exemple la mise en place de directives ministérielles sur certains sujets. Au niveau éducatif et national avec le programme ENT en 2001 ou encore au niveau municipal en 2007 avec le programme Villes 2.0 (transformer la manière de voir le lien entre numérique et défis urbains et donner naissance à des projets).

Un jugement hâtif permettrait de s'interroger sur un processus démocratique où l'expert se substituerait aux élus et aux citoyens ? La Fing aurait inscrit à l'agenda public la question de l'éducation et du numérique en y apportant également des éléments de réponses. L'expert aurait posé la question à la place des élus et y aurait répondu, sans interroger les citoyens et la société civile ? C'est sans compter que la Fing assure dans ses valeurs s'enquérir de l'avis du citoyen, de l'utilisateur, du praticien. Elle ne cherche pas à confisquer l'expertise. Elle cherche à la co-construire.

La Fing, estime publier des travaux qui sont le résultat d'une "intelligence collective", d'une "ouverture", et d'une "neutralité". Elle ne les réalise pas uniquement dans le cercle restreint de ses membres. Elle met en place des dispositifs pour élargir le cercle des contributeurs au-delà des experts. Elle se constitue en pilote d'un réseau ouvert.

La dissémination des idées de la Fing au sein de l'espace public ne serait donc pas la dissémination des seules idées « fingiennes », mais bien des idées et contributions d'un ensemble de parties prenantes, à l'intérieur et à l'extérieur du cercle du Think Tank.

Chez Lucile Desmoulins¹¹, la question du rapport des Think Tanks aux pouvoirs et aux élites se pose également. Les Think Tanks légitiment-ils et soutiennent-ils les élites ou sont-ils au contraire la preuve d'une tendance

¹⁰Organisation à but non lucratif dont le but est de proposer une solution alternative légale aux personnes souhaitant libérer leurs œuvres des droits de propriété intellectuelle <<http://creativecommons.fr/>>

¹¹ (9, DESMOULINS)

internationale plus démocratique qui donnerait véritablement la parole à la société civile ? Selon elle, la plupart des travaux les présentent dans ce côté presque « messianique » d'ouverture vers la société civile, et les Think Tanks en jouent dans leurs communications. Citons-la :

« On identifie nombre de travaux les {Think Tank} présentant comme une preuve de pluralisme accru, de l'avènement d'un monde plus démocratique, car davantage marqué par l'intervention de la société civile dans les processus de décision politique. »

On peut vérifier cette hypothèse grâce aux documents officiels de la Fing qui se décrit comme un réseau ouvert, qui travaille en intelligence collective avec tous les membres de la société civile.

Le Think Tank est également un espace de « rationalisation du processus de décision ». C'est-à-dire qu'il permettrait la rationalisation des prises de décisions dans la mesure où il permettrait aux élites d'avoir accès à des discours hors circuits administratifs. C'est effectivement le rôle de la Fing que de produire un discours ouvert, dont les acteurs peuvent s'emparer, qu'ils soient publics ou privés.

L'espace spécifique du Think Tank

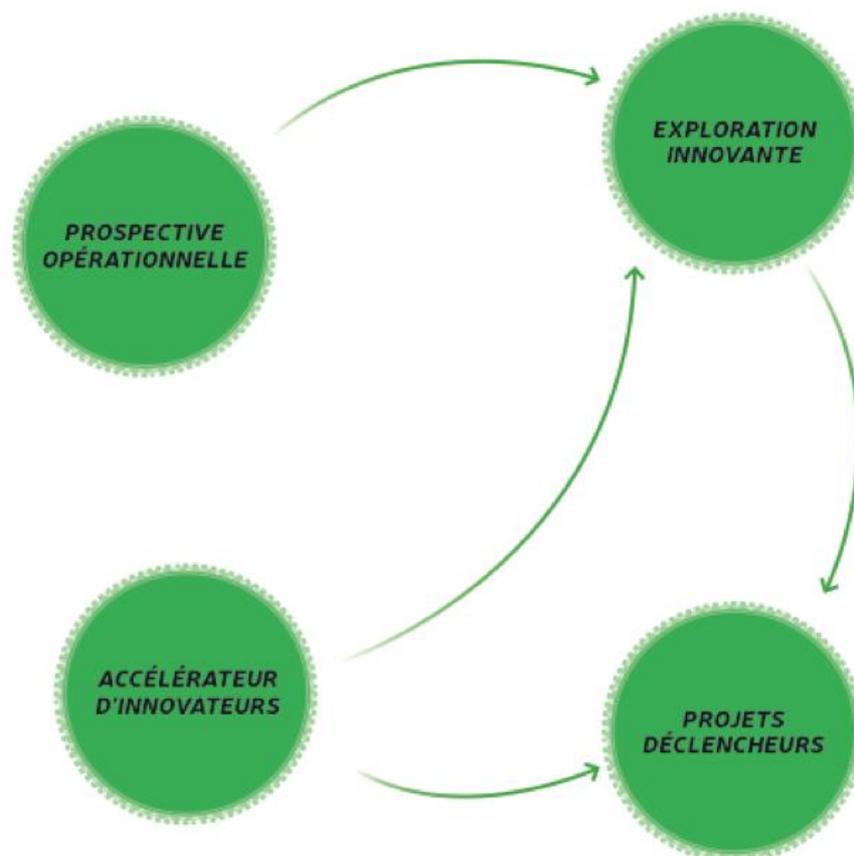
Agathe Cagé¹² estime qu'il faut s'éloigner de la question des fonctions officielles attribuée aux Think Tanks, à savoir "la production de savoirs pour l'action " et se rapprocher plutôt de la question de la structuration de leurs espaces. Selon elle deux champs caractérisent la structure des Think Tanks :

« Les Think Tanks français, quelque soit leur dimension, le nombre de leurs permanents et le degré de structuration de leur organisation, se caractérisent tous, d'une part, par leurs modes d'organisations internes par réseaux et par projet et, d'autre part, par leur nature structurellement hybride d'organisations situées dans les interstices d'espaces de pouvoir multiple. »

Cette première partie de la définition semble particulièrement adaptée à la Fing. En effet, les objectifs de la Fing sont organisés en quatre pôles différents :

¹² (10, CAGE)

- Un premier pôle : **le pôle prospectif** à pour mission de formuler les bonnes questions, celles qui seront explorées dans les années à venir, ainsi que de repérer les signaux faibles, les idées émergentes.
- Le deuxième pôle a une mission **d'exploration innovante**, en rapprochant les chercheurs, les décideurs et les innovateurs, en ouvrant et en défrichant les territoires d'innovation.
- Le troisième pôle cherche à créer des **projets déclencheurs** en faisant émerger des projets et en engageant le mouvement
- Enfin, le quatrième pôle va chercher à repérer, coacher, **valoriser les innovations d'usage**.



Les 4 pôles de la Fing

La Fing fonctionne par projet et par pôle de réseau, du moyen à long terme. Les projets vont de 8 à 12 mois pour certains ou s'épanouissent sur plusieurs années pour d'autres, avec par exemple "Question Numérique", "Connecteur Recherche" ou "MesInfos". Ces projets font intervenir plusieurs acteurs, créent et exploitent un réseau autour d'une thématique.

Selon A. Cagé, cet espace qui fonctionne par projet et par réseau est également hybride, soit « un espace hétéronome éclaté entre logiques politico-étatiques, académiques, médiatiques et économiques » et se pense comme un « champ faible ». En effet, « L'espace français des Think Tanks est un espace dont les réussites se traduisent le plus souvent par des sorties du champ »¹², c'est à dire soit par la fin de l'activité d'un Think Tank, soit par la sortie individuelle des membres de cet espace. Le Think Tank serait donc un espace de pouvoir, de réseau, temporaire, qui correspond à un tremplin pour ses membres disposant d'un savoir technique suffisant légitimé par leur travail dans le Think Tank.

Or la Fing garde les mêmes membres fondateurs depuis sa création et ne correspond pas à cette vision de « champ » faible. De plus selon les valeurs décrites dans la plaquette, la Fing est neutre, ses membres ne dépendent donc pas des logiques de pouvoirs extérieurs et ils n'attendent pas la prise d'un mandat.

Métiers de « think-tanker »

Si le Think Tank est un espace de réseau, quels sont ses métiers au sein de ce réseau ?

Veilleur? Selon Xavier Carpentier-Tanguy¹³, la mission du Think Tank est « d'obtenir des infos et des analyses d'actualités claires et fiables, mais aussi et surtout accessibles à tous et utiles ».

Le Think Tank aurait donc le rôle de veilleur, réalisant une veille continue sur des sujets spécifiques, déterminant des axes, des questions et recherchant l'information, la synthétisant pour la mettre à la disposition de la société afin qu'elle puisse s'en emparer. Ce rôle de veilleur semble correspondre à la Fing et à ses

¹² (10, CAGE)

¹³ (11, CARPENTIER-TANGUY)

différents pôles. Selon la présentation officielle de la Fing, le but est d'« anticiper les mutations liées aux technologies et à leurs usages » afin d'aider le secteur du numérique à la prise de décision. Il s'agit donc bien du métier de veilleur.

Expert ? Selon A Cagé : « Les Think Tanks en France se présentent ainsi comme des lieux de réflexion basés non pas uniquement sur l'échange plus ou moins formel d'idées, mais avant tout sur la valorisation de la technicité des intervenants, à la source de la construction de leur image de modernité »¹²

De plus, selon Christiane Restier-Melleray¹⁴ qui pousse la réflexion sur le terme d'expert, les politiques s'entourent d'experts et parfois ceux-ci entrent en politique. L'expert du Think Tank fait argument d'autorité, parce qu'il rend les choses intelligible et accessible aux autres, parce qu'il travaille dans le but de créer des solutions et est plus proche du terrain. Peut-être moins lointain qu'un chercheur académique ?

« La nécessité d'une collaboration entre la science et le politique n'est pas une idée neuve. En France ont été formulées les premières théories proposant une gestion scientifique de la société »

L'expert est donc nécessaire, il se pose en tant que scientifique, non chercheur, qui « vulgarise » son travail au sein du Think Tank afin d'être compris de tous, pour aider à la prise de décision (ici politique).

Mais la Fing est-elle vraiment « une enceinte d'experts autorisés » ? Le côté atelier ouvert à tous délégitime-t-il la représentation traditionnelle d'un Think Tank ? Le numérique, qui est un domaine d'usage partagé par la grande majorité de la société civile est un outil utilisé par la grande majorité de la population. L'expert du numérique doit-il être expert de chaque domaine d'application des potentialités numériques : de l'agriculture, au bâtiment, à l'éducation, au travail, à l'urbanisme, la santé, l'administration etc ? Il serait alors bien difficile d'être « expert » du numérique, tant cela impliquerait de connaissances dans tous les domaines de la société. C'est donc une forme particulière d'expertise que la Fing a dû construire.

¹² (10, CAGE)

¹⁴ (12, RESTIER- MELLERAY)

Les membres de la Fing se présentent comme des pilotes de réseaux, intervenant sur le domaine du numérique et réunissant des experts et des membres de la société civile, qui eux sont experts sur un sujet (par exemple l'urbanisme) pour les amener à se questionner sur l'apport du numérique dans leurs domaines.

Daniel Kaplan le dit: « le numérique est un prétexte pour regarder n'importe quel sujet sur lequel nous n'avons pas la moindre compétence et nous dire : et si, au fond, on essayait de les traiter d'une manière complètement différente ? (...) Nous espérons les travailler avec vous »¹⁵

Hybride? Pour Thierry de Montbrial, fondateur du Think Tank Français, l'IFRI, et Thomas Gomart ¹⁶: « Un Think Tanker doit penser comme un académique, agir comme un diplomate et écrire comme un journaliste. Ajoutons : innover et se financer comme un entrepreneur » Vaste programme dont les difficultés sont très souvent sous-estimées.

Notons également que selon Lucile Desmoulins, les Think Tanks disposent de quatre caractéristiques :

- Une structure organisationnelle stable
- la recherche comme activité primordiale
- la capacité réalisée de produire des analyses de fond, des travaux de vulgarisation et des propositions politiques directement applicables à destination des décideurs
- la reconnaissance des médias qui favorise la publicisation

Nous retrouvons ici une définition du métier de Think Tanker plutôt hybride. Il s'agirait d'être capable de produire des analyses fines, vulgarisables, et aptes à aider la décision et d'être suffisamment diplomate et méthodique pour savoir faire valider le plus en amont possible son travail.

Le Think Tanker s'appuierait pour cela sur plusieurs modes de pensée et

¹⁵ Daniel Kaplan, lundi 17 mars 2014, Trophées des Think Tanks organisés par l'Observatoire européen des Think Tanks. <http://www.fing.org/?la-Fing-primee-au-trophee-des&lang=fr>

¹⁶ (6, MONTBRIAL ET GOMART)

usages de travail : les processus académiques, et si il n'est pas chercheur, il serait au moins « expert », les méthodes journalistiques et enfin, pour garantir une structure organisationnelle stable, il doit penser comme un entrepreneur pour gagner des financements.

Cette caractérisation hybride paraît la plus satisfaisante concernant la Fing et son discours officiel. Nous avons vu qu'elle a le statut d'association, avec des financements diversifiés : qu'elle est en lien avec le champ mais sans pour autant y perdre sa neutralité et son indépendance ; qu'elle est bien un espace de réseau mais pas dans le but de s'extraire de cet espace ; et enfin qu'elle se considère plus comme ayant des fonctions d'aide à la décision, entre veilleur et expert, sans pourtant appartenir à la technocratie.

Cependant, selon Lucile Desmoulins : « les Think Tanks n'arrivent finalement pas à imposer une rationalité dialogique, une pluralité d'acteurs bien informés : ils font face à l'institutionnalisation des procédures administratives qui finalement ont la primeur. »¹⁷

Et on observe le même constat chez Christiane Restier-Melleray :

« Mais les experts sont les premiers à déplorer être cantonnés, selon la formule de J.-C Thoenig, dans un rôle de description et non de prescription ou à remarquer comme Barret- Kriegel, qu'en France l'habitude de la puissance publique de s'adresser à des universitaires ou des chercheurs, dès lors qu'il s'agit de ses propres modalités d'organisation, ne va pas de soi. »¹⁸

Il est donc important de noter que si l'ambition du Think Tank et de la Fing est bien d'aider à la prise de décision, il n'est pas sûr que l'espace public français laisse une place suffisante aux Think Tanks pour qu'ils aient l'impact souhaité.

Nous avons donc pu croiser les discours officiels de la Fing avec les différents éléments académiques autour de la notion de Think Tank, mais la position de stagiaire au sein de la structure permet cependant d'aborder la question de l'intérieur.

¹⁷ (9, DESMOULINS)

¹⁸ (12, RESTIER-MELLERAY)

B) LA FING, UN THINK TANK ET UN DO-TANK? REALITES - OBSERVATIONS ET DOCUMENTATION.

Les caractéristiques vues précédemment font-elles de la Fing, un Think Tank ?

Selon A.Cagé, les Think Tank s'auto désignent le plus souvent comme tels. Il n'est donc pas possible de discriminer ceux qui le seraient de ceux qui ne le seraient pas. Il s'agit d'auto-proclamation et les Think Tank se légitiment a posteriori suivant les échos favorables sur leurs secteurs d'intervention.

A.Cagé cite Luc Boltanski :« De quelle science souveraine le sociologue pourrait-il s'autoriser pour contester la réalité d'un principe d'identité dans lequel se reconnaissent les agents sociaux ? »

Si la Fing se considère comme Think Tank et est reconnue comme telle par ses pairs, il n'est pas de notre ressort d'émettre un jugement normatif sur son appartenance ou non à cette catégorie. Cependant, ayant travaillé au sein de la structure, il est possible, grâce aux observations et différentes recherches documentaires, d'y voir plus clair en terme de métier au sein du Think Tank.

Ainsi, nous reprenons le caractère hybride, vu plus haut, de ce métier, regroupant les fonctions de chercheur "académique", de diplomate, de journaliste, et d'entrepreneur. Nous questionnerons cette hybridité à travers notre expérience au sein de la Fing.

La fonction académique ?

Quel rapport la Fing entretient-elle avec la recherche ?

Posons une définition d'un Think Tank, que Lucile Desmoulin juge inattaquable : « institutions de recherche en politiques publiques à caractère non lucratif et jouissant d'une autonomie organisationnelle substantielle (Hames, Feasey, 1994 : 216). »

Selon cette définition, on ne pourrait difficilement classer la Fing comme un Think Tank puisqu'elle ne dispose que d'un chercheur universitaire associé en son sein.

Mais la définition de Thierry de Montbrial et Thomas Gomartestime que le métier de « Think Tanker » est de penser comme un académique. « Penser » et non « être ».

La Fing développe-t-elle une pensée académique ? Si c'est le cas, il paraîtrait juste qu'elle soit reconnue comme telle par les institutions académiques et que son travail soit cité dans les publications académiques. Est-ce le cas ?

Un premier travail de veille permet de mettre en lumière une réelle légitimité académique de la Fing. En effet, elle travaille en étroite collaboration avec différents acteurs de la recherche (partenariat avec l'Inria) et publie généralement ses travaux en collaboration avec des chercheurs du secteur.

De plus, la Fing ne fait pas que collaborer avec la recherche universitaire. Elle lui apporte une légitimité en la reliant aux milieux professionnels, aux réseaux qu'elle construit et aux informations qu'elle collecte et organise. Les chercheurs associés à la Fing y trouveraient un terrain, un réseau, un accès à l'information plus qu'une collaboration scientifique ? Il est possible de répondre non. La Fing est régulièrement cooptée par le monde académique et sa reconnaissance passe aussi par de nombreuses citations de ses travaux par des chercheurs ayant ou n'ayant pas collaboré avec elle.

Une recherche par base de données et archives ouvertes¹⁹ (Isidore, Cairn, Hal, Google Scholar, archives de la Dares, de la Deps etc...) permet de mettre en lumière cette légitimité : une centaine de références couvrant plusieurs types de travaux scientifiques (thèses, articles, HDR, livres) qui permettent de donner quelques typologies de ces liens entre le monde de la recherche et la Fing.

- **125 références**
- **9 grands champs**

¹⁹ Travail disponible sur https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xJiIsTU9RFXtOtUf-7X7gqhWmC8CU6AqxFAme_ygsd0/edit?usp=sharing

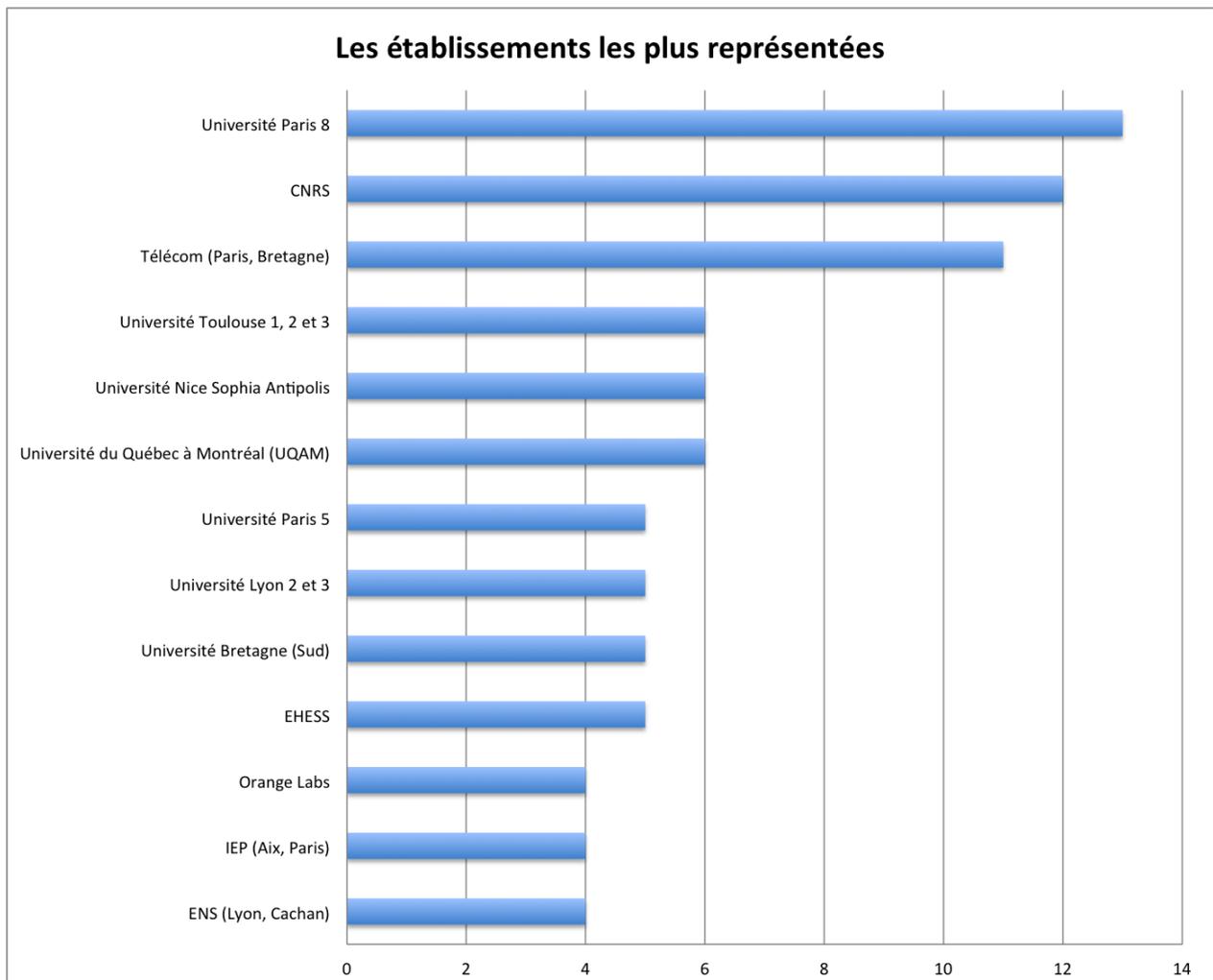
1. **Thème** => très large, permet surtout un premier classement (voir légende)
2. **Nom de la publication** (inspire le thème)
3. **Publié dans** => revue (et donc, nom de la revue); livre; thèse; rapport
4. **Date de publication**
5. **Lien** => difficile d'accéder au lien, nécessite souvent une identification
6. **Nom du chercheur**/auteur (parfois plusieurs)
7. **Affiliation du chercheur** (établissement enseignement sup, labo)
8. **Type de la citation** (dans la biblio, mention dans le texte...)
9. **Ce qui est cité** (le travail de la Fing cité, attention, pas forcément 100% Fing/InternetActu, peut aussi être une collaboration avec des chercheurs, les articles d'auteurs invités dans Internactu...)

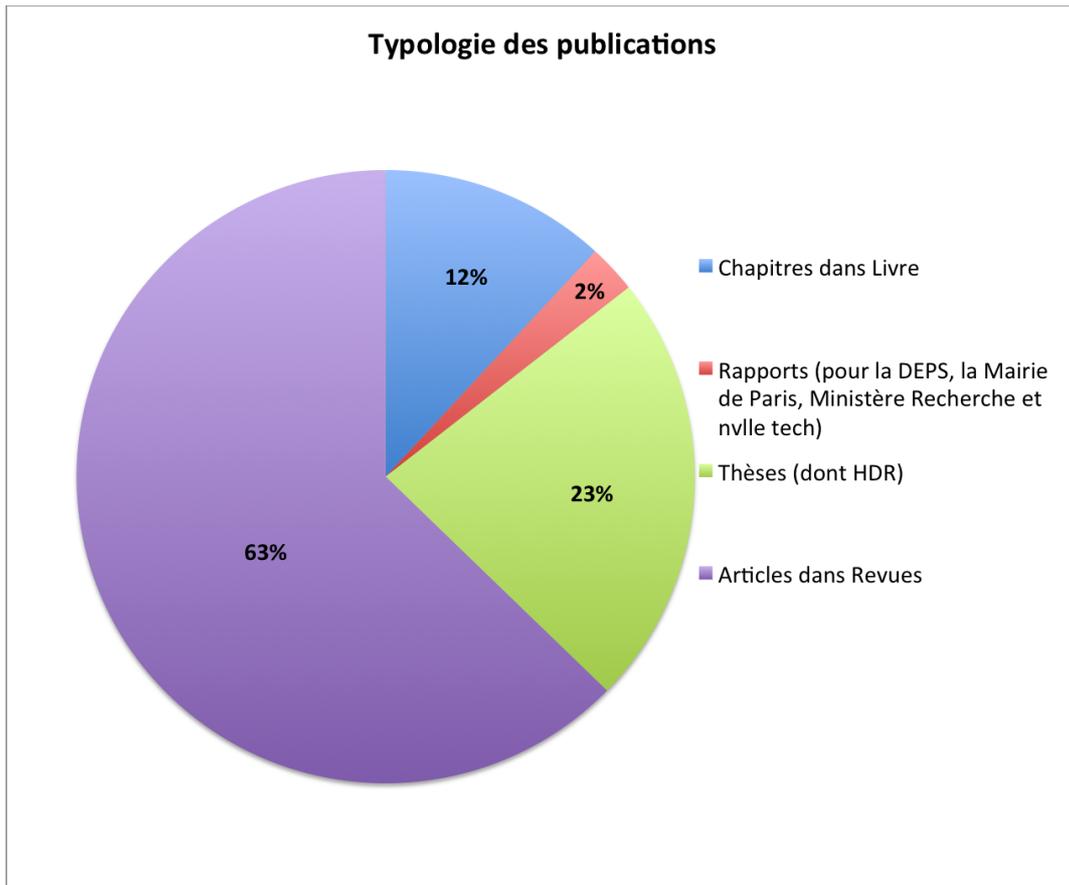
On obtient ainsi le tableau général qui est un outil de travail ensuite séquencé en plusieurs onglets dont on peut tirer les observations suivantes :

Analyse du tableau :

- **Quels chercheurs ?** On observe une grande diversité qui ne permet pas de faire une typologie des chercheurs, bien que certains noms reviennent plusieurs fois.
- **Quelles affiliations des chercheurs ?** Ici également une grande diversité dans les affiliations, avec des chercheurs affiliés à des entreprises privées (Orange Labs), des chercheurs d'Universités, de Grandes Ecoles, dans des domaines allant des sciences humaines (la sociologie, la science politique...), aux sciences techniques (Télécom...)

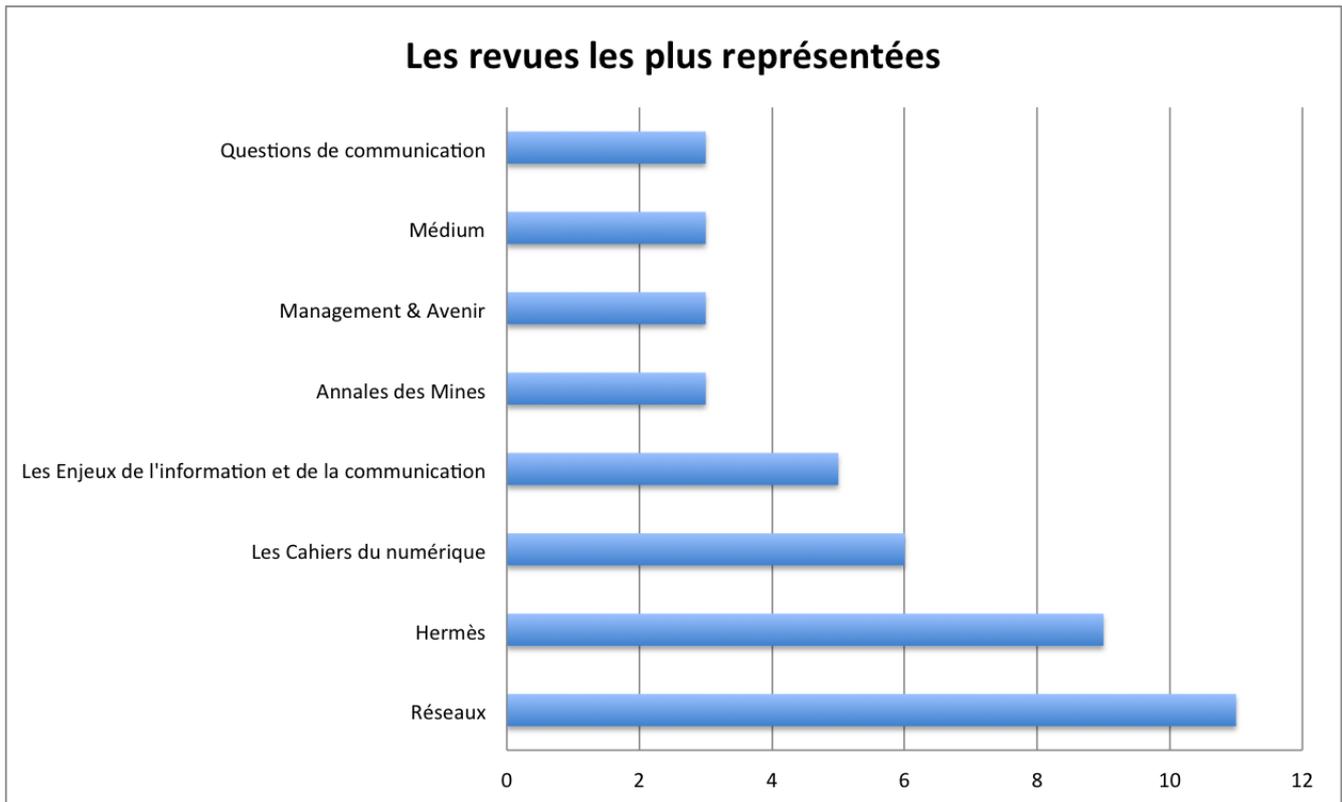
On obtient une typologie des publications :





La recherche par base de données, principalement ouvertes a donné comme résultat principal des articles publiés dans des revues. Mais la Fing est également mentionnée dans des rapports commandités auprès de chercheurs par les institutions publiques (ex : rapport Bureau, Imaginer les pratiques culturelles dans le Paris de 2030) qui représentent ici un chiffre minoritaire sur l'ensemble du corpus, mais qu'une recherche plus poussée tendrait peut-être à augmenter.

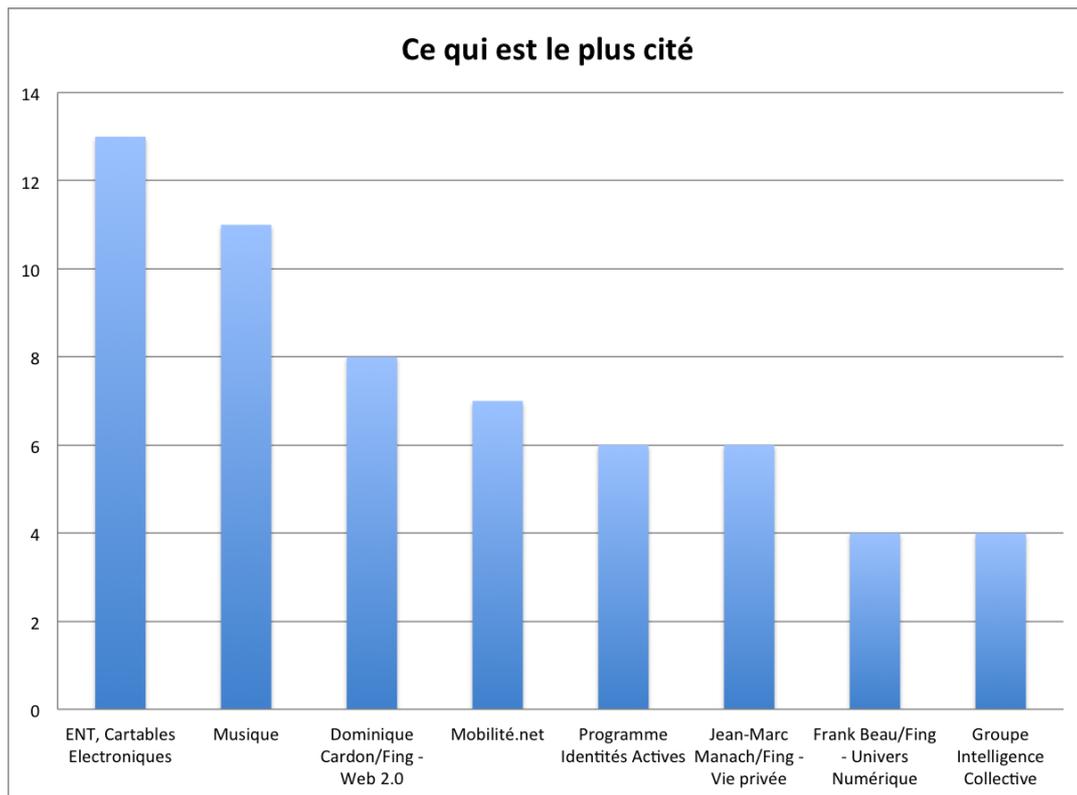
63 % du corpus est publié dans des revues, le tableau ci-après indique les revues les plus représentées.



Il est ici intéressant d'observer que les principales revues qui publient des articles citant la Fing sont des revues de science de l'information et de la communication, avec en première place "Réseaux".

Si le numérique est un sujet transversal aux domaines d'activités (agriculture, éducation, santé...), il est aussi un secteur particulier de l'activité des techniques. Mais ce sont les publications concernant les sciences de l'information et de la communication qui prédominent.

Quels types de citations ?



Les travaux de la Fing sur l'éducation et la musique, des rapports complets, ont été les plus cités dans les articles des chercheurs. Les travaux sur l'ENT ayant même selon la Fing conduit à des décisions ministérielles. Cependant, cette recherche fait la part belle aux contenus plus anciens, il s'agit donc de nuancer cette typologie, les plus récents travaux des chercheurs citant plus volontiers les travaux récents de la Fing.

La Fing entretient donc des rapports privilégiés avec la recherche : son partenariat avec l'Inria, des projets ponctuels (le Connecteur Recherche) et des productions écrites régulières réalisées en collaboration avec des chercheurs ou réutilisées par les chercheurs dans leurs propres travaux.

Ce lien privilégié et régulier permet d'émettre l'hypothèse que la Fing « pense » effectivement comme "un académique", car elle est suffisamment citée par des chercheurs. Il sera nécessaire d'aller plus loin, pour confirmer ou non cette hypothèse que nous venons d'émettre, en analysant plus précisément ce qui est cité par exemple.

La fonction diplomate ?

Quelle est la légitimité des membres de la Fing ? Quel rapport avec les pouvoirs publics ?

Selon Lucile Desmoulins :

« La création de Think Tanks en France a tenu de la gageure. Leurs débuts modestes doivent beaucoup à des arrangements politiques, de même qu'à l'impulsion de personnalités hors du commun, qui ont su s'imposer par leur charisme et leur réseau. »²⁰

L'exemple de Daniel Kaplan fondateur de la Fing, confirme cette thèse. S'il est aujourd'hui une figure du numérique, son parcours le prouve. Selon sa présentation officielle :

« Depuis les années 1990, je suis profondément impliqué dans le développement de l'internet en France et dans le monde. Au niveau mondial, j'ai été responsable des adhérents de l'Internet Society et ai contribué à la création de l'Icann. En Europe, j'ai fait partie de la Chambre d'experts du programme e-Europe. En France, j'ai pris part pendant 6 ans au Conseil stratégique des technologies de l'information (CSTI), rattaché au Premier ministre. Depuis janvier 2013, je participe au Conseil National du Numérique (CNN). J'ai écrit ou dirigé près de 20 ouvrages et rapports publics sur le thème de l'internet, de la mobilité, des technologies "omniprésentes", de l'e-éducation, du commerce et des médias électroniques, de l'e-inclusion, des villes de demain, du développement durable... »²¹

Ce parcours lui a permis de développer un réseau au sein du secteur, faisant de lui ce que Lucile Desmoulins nomme « une personnalité ». Sa légitimité conforte la

²⁰ (9, DESMOULINS)

²¹ Site de la Fing, présentation de l'équipe. <http://www.fing.org/? Daniel-Kaplan &lang=fr>

légitimité de la Fing. Il en est le représentant auprès des entreprises et des pouvoirs publics, assumant le rôle de diplomate pour l'association dont il est le délégué général.

Au même titre, Jacques-François Marchandise, co-fondateur de la Fing, assume le rôle de diplomate auprès du monde académique et des régions.

Ces deux co-fondateurs de la Fing agissent comme diplomates sur les champs publics et privés en conformité avec les valeurs de la Fing.

Cependant, il est à noter que Daniel Kaplan fut un des conseillers de Martine Aubry, il a participé au Laboratoire des idées du PS et ponctuellement, à la primaire socialiste de 2011. Les membres de la Fing ne semblent donc pas rentrer dans ce cadre de « conseiller du prince » au sens strict du terme, mais le jeu des réseaux, les liens entre cabinets ministériels et Fing sont bien présents.

La fonction Journaliste?

Quel est le rapport de la Fing avec médias ?

Selon Lucile Desmoulins : c'est du côté de médias en recherche permanente de clés de lecture de l'actualité et de cautions scientifiques que les Think Tanks français ont le mieux réussi à s'imposer comme des sources d'information et d'analyse.

La Fing dispose d'une relation particulière aux médias dans la mesure où elle dispose elle-même de son propre média, InternetActu²², repris comme blog par Le Monde et Les Échos.

« Publié et édité par la Fing, Internet Actu est un blog, un fil d'information et une lettre électronique de veille, consacrés à l'innovation dans les techniques, les services et les usages des technologies de l'information et de la communication, et aux débats qui en découlent. Avec 70 000 lecteurs hebdomadaires [août 2006], Internet Actu est aujourd'hui l'un des sites francophones de référence dans son domaine. Son public essentiellement composé de professionnels dépasse largement le seul domaine des TIC. Il se compose à 50 % de cadres, d'ingénieurs et de techniciens, à 20 % de chercheurs et d'enseignants, qui le considèrent comme un outil de veille (69 %) et de réflexion (59 %). »

²² A propos. Site d'InternetActu. <http://www.internetactu.net/a-propos/>

Ainsi, InternetActu, en plus d'être un outil de travail qui offre à la Fing une source de veille supplémentaire, permet de relayer les informations qu'elle souhaite faire passer.

De plus, les membres sont régulièrement les invités des médias (Libération, Le Monde, Alternatives Economiques...) soit en tant qu'interviewés, soit en tant que contributeurs, rédacteurs d'articles, de chroniques.

La fonction Entrepreneur ?

Pour disposer d'un environnement stable et d'une indépendance, les Think Tanks doivent se comporter comme des entrepreneurs. Ils doivent valoriser leurs productions dans un environnement concurrentiel et développer leurs ressources propres.

Quelle production ?

Les projets et expéditions permettent, à travers des ateliers, des réflexions collaboratives et une veille accrue de créer des livrables.

Certains ateliers se nomment « venez créer des scénarios prospectifs extrêmes autour de... (thème du projet) ». Les participants, compétents sur leur secteur, créent alors une matière première, encadrée par une méthodologie de la Fing et une veille préparatoire pour faire émerger les problématiques. Cette matière première nourrit la réflexion des membres de la Fing qui créeront alors des livrables exposant les questions et les pistes possibles de réponses autour d'un thème.

Il s'agit de créer des livrables faciles d'accès, et surtout facilement exploitables par les acteurs du secteur. La Fing souhaite que ces derniers s'emparent des sujets sur lesquels ils ont travaillé et doit donc pour cela les valoriser.

La Fing doit donc travailler la communication sur ses projets, la qualité de ses livrables et sa relation avec les médias. Son système de travail en réseau le permet.

Comme exemple de cette valorisation, on peut noter qu'en 2014, la Fing reçoit le trophée "Innovation et Numérique" remis par l'Observatoire européen des Think Tanks.

Produire dans un espace concurrentiel ?

Les Think Tanks du numérique sont-ils nombreux ? En quoi diffèrent-ils ?

Il est difficile d'établir une cartographie des Think Tanks du numérique. Le sujet même du numérique étant transversal, beaucoup de Think Tanks français disposent au sein de leurs structures d'un pôle qui traite le sujet. Peu se consacrent exclusivement au numérique comme la Fing. Selon un des membres de la Fing interrogé au cours de ma mission, à la question : " La Fing a-t-elle des concurrents ? La réponse a été :

« Elle en a, mais presque personne ne fait la même chose. On a plutôt des concurrents qui sont concurrents/collègues. Sur les sujets du collaboratif par exemple, Ouishare - eux aussi travaillent sur ces sujets, et on travaille avec eux directement. Chronos, cabinet de consulting en sociologie, travaille beaucoup sur les activités urbaines, TIC et travail. Il n'a pas le même fonctionnement que la Fing, il est plus fermé. Sur le financement, la Fing ne s'adresse pas forcément aux mêmes personnes que les « concurrents ». ²³

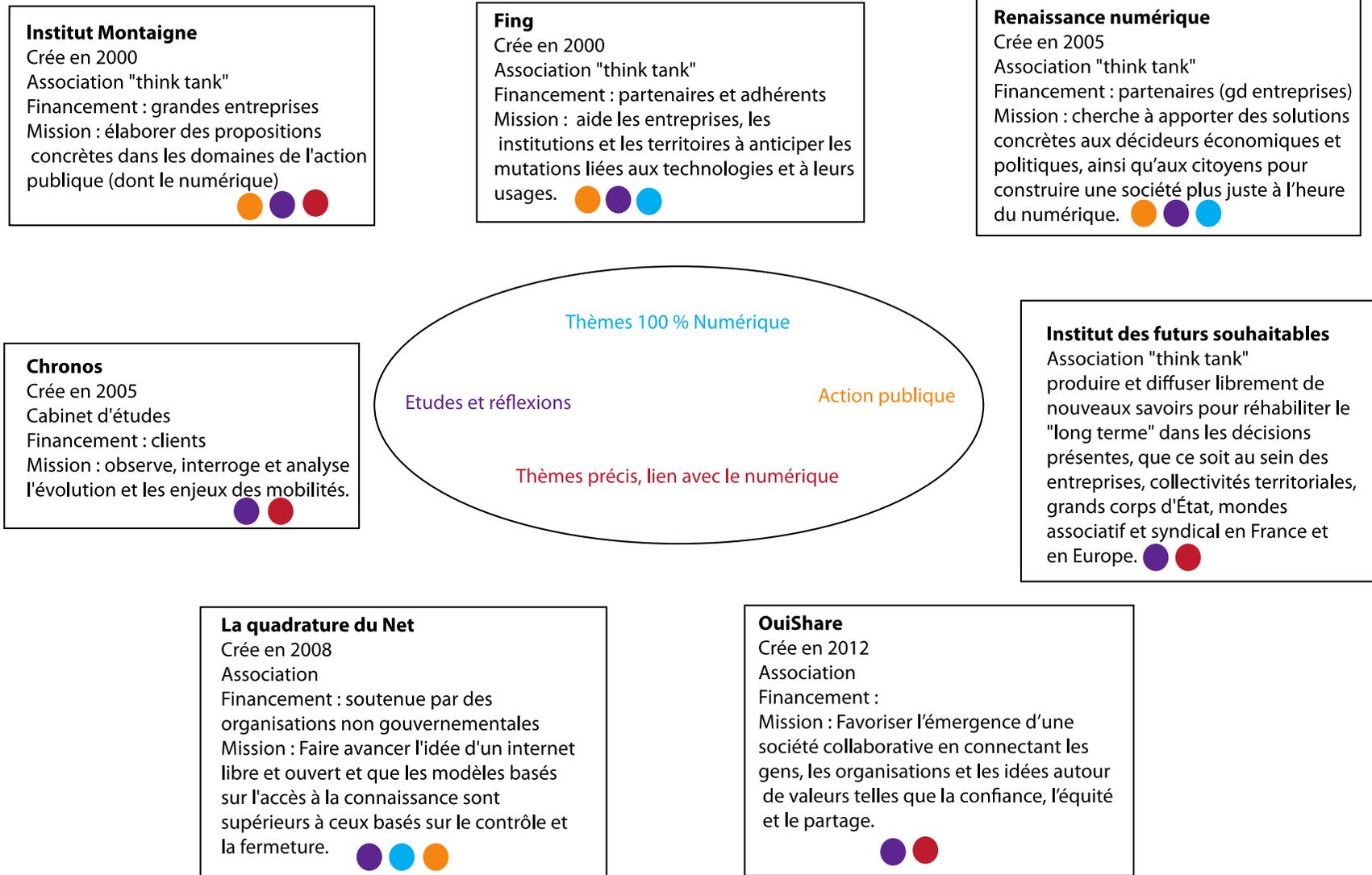
Le trophée "Innovation et Numérique" remis à la Fing par l'Observatoire européen des Think Tanks mettait en concurrence la Fing, Renaissance Numérique et l'Institut Montaigne.

On peut lister quelques Think Tanks "concurrents" :

- Renaissance Numérique
- Ouishare, pour le sujet consommation collaborative
- Chronos, pour les sujets urbanisme, travail
- Futur Numérique de Télécom
- La Quadrature du Net
- Institut Montaigne : plutôt un rapport qu'un pôle entier.
- Institut des futurs souhaitables

Ils sont organisés en schéma sur la page suivante.

²³ Entretien n°1



Quelques figures d'organisations, associations et think tanks du monde du numérique

Organisation et financement ?

En terme d'organisation (budget, management, projets, etc.), la Fing se comporte-t-elle en entrepreneur ?

La Fing repose sur un management collaboratif des équipes. Chaque projet se fait en binôme, mais n'est pas exclusif à ce binôme. Ainsi tout le monde peut intervenir sur tous les projets. Les deux co-fondateurs ayant un rôle d'animateur, de régulateur et d'arbitrage si nécessaire au sein de l'équipe. Les décisions sur les projets se prennent en commun lors des réunions hebdomadaires où chacun peut participer.

Les grandes décisions financières sont prises par la direction. Il est à noter qu'il existe un fonds commun pour les projets : ce qui est obtenu sur un projet peut être utilisé en partie pour un autre. Cette disposition permet de financer des projets innovants, qui n'intéressent pas encore les partenaires, d'être prospectif et de consolider la légitimité du Think Tank.

Nous avons vu le cadre général de mission, nous allons maintenant voir le projet sur lequel j'ai été le plus engagée, MesInfos.

C) LES ENJEUX DU PROJET MESINFOS

Le projet "MesInfos" sur lequel j'ai été missionnée est inédit en France et à la Fing. Il couple le travail habituel de la Fing (ateliers, veille, réflexion) à une expérimentation avec des testeurs, à un concours et à des services imaginés.

Cette partie du mémoire se propose d'explorer le cadre et le contexte du projet MesInfos. La réflexion sur les données personnelles se fera en troisième partie.

Une idée de projet dans la continuité d'un autre : la confiance numérique

La Fing avec son expédition « Les nouvelles approches de la confiance numérique », terminée en 2011, a donné lieu à²⁴ :

« 9 pistes d'innovation, de recherche et d'action collective, inspirées du meilleur du monde numérique. Un scénario présente chaque piste à travers des situations quotidiennes. Ce sont autant de solutions concrètes, à l'épreuve du réel, que Renaud Francou et Daniel Kaplan apportent aux professionnels comme au grand public. »

4 leviers	9 pistes d'innovation
Les dispositifs et tiers de confiance	1- Des "tiers de confiance" comme pivots d'une confiance... mutuelle
	2- Rendre la confiance transitive
La relation	3- Faire de la "conversation" des marchés un actif de la confiance
	4- Se différencier par sa frugalité en information
	5- Ré-humaniser la relation client, source de confiance
	6- Accorder sa confiance sans s'y perdre
La confiance "P2P"	7- Pérenniser et étendre la confiance "de pair à pair"
L'outillage des individus	8- La "transparence raisonnée" comme opportunité de différenciation
	9- Outiller les individus dans leur relation aux organisations

(source : synthèse du projet « La confiance numérique », Fing)

Les pistes de cette expédition restaient encore à mettre en œuvre. Si, pour la plupart des projets, la Fing laisse les acteurs de l'écosystème s'emparer des pistes qu'elle produit, elle a estimé qu'il était nécessaire ici de proposer des exemples de services bénéfiques pour stimuler l'imagination et la confiance des acteurs de l'écosystème. Cette piste particulière avait le potentiel d'être expérimentée et devait plus spécifiquement travailler sur la confiance : « Partager l'information entre

²⁴ (13, FING et FONDATION TELECOM)

l'entreprise et son client". A terme, la règle devrait être simple : « si vous savez quelque chose sur moi, je dois posséder la même information et pouvoir l'exploiter. »

C'est l'idée qui a été exploitée ensuite dans le projet MesInfos²⁵:

« Le projet Mes Infos propose à un petit nombre d'entreprises et d'administrations pionnières, d'explorer puis d'expérimenter ce qui pourrait constituer la base d'une transformation profonde de la relation entre les organisations et leurs clients ou usagers : le partage et la réutilisation des données personnelles avec les individus qu'elles concernent.»

Le projet MesInfos se propose donc se réfléchir à la question du rendu des données personnelles aux individus.

Aujourd'hui, les entreprises disposent de bases de données clients. On les appellera « les détenteurs de données personnelles » ou « détenteurs ». Ces bases de données servent uniquement aux entreprises, afin de mieux cibler leurs profils clients, de faire de la publicité, du marketing, etc. Jean Max Noyer²⁶ parle de :

«... bases de données permettant, grâce à une algorithmique adaptée et puissante, de développer une « géo-socio-sémantique » (à travers la mise en évidence d'agencements (collectifs et ou singuliers) de qualité dans le contexte d'une politique marketing avancée(...)) Mieux connaître les consommateurs, mieux assimiler les renseignements quant à leurs identités, comportements, goûts, achats antérieurs, etc., est donc l'objectif central »

Or les individus le savent, et n'aiment pas ce déséquilibre dans l'information, cette impression d'être ciblé, que chacun de leurs actes en tant que consommateurs soient consignés pour qu'ils consomment davantage par la suite. L'étude Havas Média, publiée en septembre 2014, estime que les Français sont parfaitement conscients de la transmission de leurs données à des tiers : 93% savent qu'elles sont captées et 84% s'en inquiètent. Le niveau de « privacy concern » pour les individus est donc élevé. Ils ne font plus confiance aux entreprises quant à leurs données personnelles.

²⁵ Présentation du projet, site MesInfos <http://mesinfos.fing.org/projet/>

²⁶ (14, NOYER)

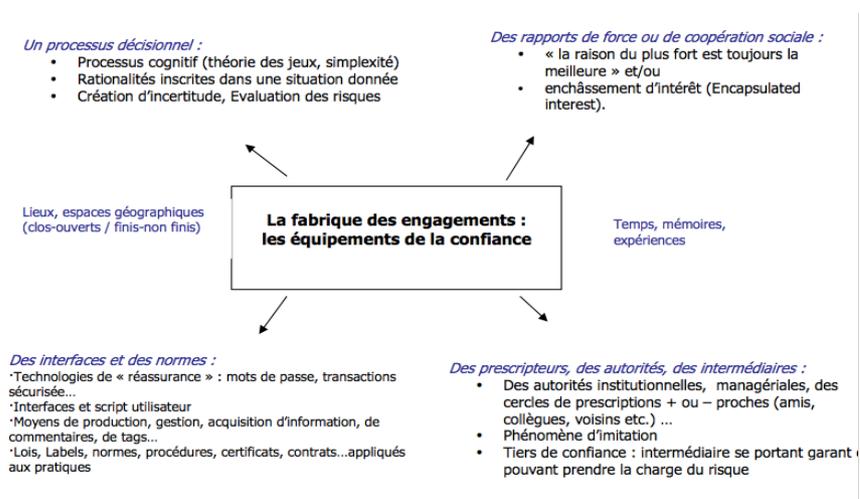
Comment, alors, rendre cette confiance numérique aux individus ? Car si ces données sont personnelles et propres à chaque individu, cela ne signifie pas qu'ils en sont les propriétaires. Si la loi Informatique et Liberté permet un droit d'accès et de rectification à ses données personnelles, elle ne permet pas aux individus de les récupérer. Dans le silence de la loi, celle-ci protège les entreprises d'une obligation de restitution ! Cela ne règle donc pas le problème de la confiance individu/entreprise.

Le projet MesInfos décide délibérément de s'éloigner de la question de la propriété des données personnelles pour se concentrer sur le retour des données personnelles aux individus afin qu'ils puissent les utiliser et qu'un lien de confiance puisse être rétabli entre clients et entreprises, usagers et organisations.

Cette confiance peut en effet se fabriquer, se transformer. Selon Jean Max Noyer et Maryse Carmes²⁷ :

« L'engagement (la décision vis à vis d'autrui, d'une pratique, d'un organisme, d'une information, d'un document...) n'est donc pas donné mais résulte d'une construction, d'une fabrication, où interviennent de multiples dimensions cognitives, techniques, sociales, historiques, économiques, politiques. Il y a donc un agencement de processus et d'acteurs qui participent à une production de la confiance, d'un consentement. »

Il existe ainsi des « équipements de l'engagement » de toutes sortes, présentés dans ce schéma²⁸ :



²⁷ (15, CARMES et NOYER)

²⁸Source : Maryse Carmes et Jean Marc Noyer, référence 15 dans la bibliographie.

Comment, alors équiper les individus pour leur donner confiance dans les entreprises ? C'est la question que le projet MesInfos se pose. Comme piste possible d'équipement, le projet décide de se concentrer sur des services numérique « tiers de confiance » reposant sur des interfaces et des normes qui joueraient le rôle de médiation entre les entreprises et les individus concernant les données.

Les entreprises accepteraient de rendre leurs données personnelles aux individus, sur une interface sécurisée (dans l'expérimentation MesInfos, il s'agit du Cloud Personnel « CozyCloud ») à laquelle se grefferait des services tiers qui analysent les données des individus et leur offre une valeur d'usage pour eux-mêmes. Les données ne sont donc pas uniquement utilisée à des fins marketing mais réutilisées par ces services destinés à l'individu.

Les Self Data

Ces données personnelles rendues se nomment « Self Data ». Selon la définition de la Fing :

« L'expression "Self Data" désigne la production, l'exploitation et le partage de données personnelles par les individus, sous leur contrôle et à leurs propres fins : pour mieux se connaître, prendre de meilleures décisions, évaluer ses décisions passées, se faciliter la vie, etc. ».

Cette notion de services tiers est essentiel, et sera particulièrement détaillée dans la troisième partie de ce mémoire. Pour faire quelque chose de leurs données, les individus doivent donc passer par des services qui vont « lire » ces données et leurs proposer différentes valeurs d'usage afin qu'elles aient du sens pour eux.

Pour fabriquer de tels équipements, on retrouve trois acteurs au moins dans l'écosystème Self Data :

- Les individus, producteurs de données, qui n'ont plus confiance.
- Les détenteurs de données des individus : entreprises, administration. Dans le cadre du projet MesInfos, on se concentre sur les entreprises, qui veulent récupérer un capital confiance.

- Les services tiers qui vont permettre aux individus de créer du sens autour de ces données, également appelés ré-utilisateurs, qui vont être « tiers de confiance »

Pour réfléchir aux questions que soulèvent de tels équipement, pour vérifier que ceux-ci peuvent apporter une valeur à l'individu et créer de la confiance, une expérimentation, couplée aux travaux de la recherche, a permis de prototyper de nombreux services/équipements/tiers de confiance « Self Data ».

Prenons l'exemple de GarantBox²⁹, prototype primé dans le cadre du concours MesInfos, service qui permet, à partir de ses données d'achats (ticket de caisse et écriture bancaire) de stocker et d'organiser ces garanties, avec un système d'alerte lorsqu'elles arrivent à expiration, et un système de comparaison des garanties, basé sur la contribution d'une communauté et permettant de déterminer, avant l'achat si un produit n'est pas dotée d'une obsolescence programmée plus courte que celle de la garantie.



10- GARANT BOX

GarantBox, reprenez le contrôle sur vos garanties.



DESCRIPTION DU SERVICE

GarantBox est une application qui simplifie la vie de l'utilisateur en centralisant toutes les garanties sur ses achats, et en l'outillant pour ses choix d'achats futurs.

L'application permet de "ranger" automatiquement les modalités de garantie lors d'un achat, et prévient l'utilisateur lorsque celle-ci arrive à terme. En cas de problème avec un produit déjà acheté, GarantBox permet à l'utilisateur d'avoir accès en un clic à ses conditions de garantie, en re-contextualisant les informations contractuelles relatives à ses achats. Enfin, en cas de doute sur la fiabilité d'un produit repéré en magasin (ordinateur, lave-linge,...) Garantbox permet de visualiser le pourcentage d'utilisation de la garantie chez les autres utilisateurs et les commentaires qu'ils ont laissés sur le produit. Le service permet donc également à l'utilisateur de contribuer au service en évaluant produits et garanties des constructeurs et distributeurs, afin que le plus grand nombre en bénéficie.

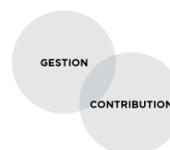
ÉTUDIANTS

#conseil #suivi #garanties
#commentaires

DONNÉES MESINFOS UTILISÉES



DOMAINES D'USAGE



²⁹ Source : blog MesInfos <http://mesinfos.fing.org/garantbox/>

Cette expérimentation a également permis de mettre à jours certains défis, questionnements et limites³⁰ :

« Du côté des utilisateurs

- Les individus sont assez conscients de ce qu'il advient de leurs données personnelles. Ils s'en inquiètent... mais n'agissent pas nécessairement pour se protéger.
- Pour les individus, les "données personnelles" sont un concept abstrait. Le chemin vers le Self Data passe par les services et les usages.
- Les données personnelles ne sont pas nécessairement individuelles : elles sont aussi, très souvent, familiales et sociales.
- Plus on a confiance dans sa capacité à maîtriser ses données, plus facilement on s'engage dans l'échange de données avec des organisations.

Du côté des détenteurs de données

- Les systèmes d'information des entreprises ne sont pas prêts pour partager les données avec les clients ou usagers
- La restitution des données personnelles est un projet innovant transverse et continu pour les détenteurs de données
- Le retour des données personnelles aux individus intéresse deux types d'"utilisateurs" dont il faut comprendre les besoins : les individus, bien sûr, et les "réutilisateurs", ceux qui créeront les applications et les services dont se serviront les individus pour tirer parti de leurs données.

Du côté des réutilisateurs

- La restitution des données personnelles ouvre un nouveau continent d'innovation à long terme, mais celui-ci demeure inexploré et les perspectives de marché les plus importantes sont encore éloignées.

³⁰ (16, FING)

- Les entrepreneurs n'ont pas encore pris l'habitude d'imaginer des services fondés sur les données à destination des individus plutôt que des organisations.
- La valeur des données est maximale quand elles se croisent avec d'autres données, mais ce n'est pas le premier réflexe des concepteurs d'applications. »

Le projet soulève la question de la confiance, des équipements nécessaires aux individus et aux entreprises pour créer cette confiance. Le projet a choisit d'explorer cette question par le prisme des données personnelles et propose une piste possible pour ces équipements, définis comme services Self Data.

La Fing est donc porteuse du projet MesInfos, qui installe en France. Un projet de grande ampleur : démocratiser les Self Data. Nous avons vu le cadre général de la Fing et le cadre général du projet, mais comment ce projet de développe-t-il ? Quelles évolutions possibles pour celui-ci ? Réponse dans la deuxième partie.

**DEUXIEME PARTIE : UN
MANAGEMENT PAR PROJET, PRENANT
APPUI SUR LE PRINCIPE DE
CONCEPTION COLLABORATIVE**

Deuxième partie : un management par projet prenant appui sur le principe de conception collaborative

Si la première partie de ce mémoire permet de mieux appréhender les enjeux du Think Tank "la Fing" et du projet "MesInfos", c'est le fonctionnement de l'organisation et les capacités d'épanouissement du projet "Mes Infos" qui nous intéresse ici. Nous allons d'abord élaborer des observations, puis nous les confronterons au travail sur le terrain, nos entretiens et aux travaux académiques sur le sujet. Pour finir, nous proposerons des pistes d'amélioration des processus fonctionnels de travail.

A) OBSERVATIONS SUR LA GESTION DE PROJET

La Fing, comme nous l'avons vu précédemment est organisée en plusieurs pôles avec des projets liés, bien identifiés et avec des salariés associés à chaque projet. Les différents projets évoluent dans le temps. Certains sont plus éphémères que d'autres.

En se basant sur mes observations, on peut établir quelques hypothèses quant aux processus de gestion de projets à la Fing. On observe ainsi :

- Une gestion générale par projet
- Une réflexion en amont au sein de la Fing, portée par les directeurs, impliquant tous les salariés puis selon les affinités, une répartition des projets par choix des salariés.

- L' utilisation de la méthode agile³¹
- La recherche perpétuelle de scénarios disruptifs
- La prise en compte des partenaires financiers dans l'élaboration des projets, des réalisations et des pistes.
- Des ateliers ouverts à tous pour ouvrir la réflexion à l'extérieur de l'association, soulever des questionnements et offrir de la visibilité. Un principe d'intelligence collective appliqué.
- La gestion des outils : une veille personnelle, par chacun, beaucoup d'échanges de mails, de réunions pour se tenir au courant. Outils personnels, mais utilisation de Google Drive pour tous, du Wiki, Mails...
- Une transparence des résultats du projet : Creative Commons
- Une polyvalence des salariés

Si l'on regarde plus précisément au sein du projet MesInfos, on peut également établir quelques hypothèses :

L'organisation du projet MesInfos - 8 items

1) Les chefs de projet

- . Le directeur, Daniel Kaplan intervient sur le projet en tant que chef de projet.
- . Marine Albarède et Renaud Francou sont les coordinateurs de projet sur MesInfos. Ils travaillent en binôme.
- . Renaud Francou et Daniel Kaplan ont travaillé sur les origines du projet :

³¹ « Cycle par projet, destiné à faciliter le changement et qui requiert un investissement continue des parties-prenantes » A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 2013.

l'expédition « Confiance Numérique ».

Observation : les chefs de projet travaillent en binôme, un des cofondateurs supervise le projet.

Observation : les chefs de projets sont choisis en fonction de leurs compétences et affinités avec le sujet (par exemple ici, Renaud Francou qui avait déjà travaillé sur les origines du projet)

2) Une équipe recherche

L'équipe de MesInfos s'est également entourée d'une équipe de chercheurs :

- Christophe Bénavent - Université Paris X Nanterre
- Caroline Miltgen - Université d'Angers
- Eric Dagiral - Université Paris Descartes
- Sarah Medjek - Université Paris X Nanterre / Fing

Les chercheurs trouvent ici un terrain inédit, et la Fing dispose de résultats de recherche légitimes, d'analyses académiques, sur lesquels s'appuyer pour établir des pistes.

3) Un coordinateur technique

Guillaume Jacquart est le coordinateur technique sur MesInfos. Le sujet du partage des données personnelles entraîne beaucoup de questions techniques. L'expérimentation a nécessité qu'on y réponde.

4) Les partenaires

Il s'agit ici des entreprises qui ont accepté de « rendre » leurs données personnelles à leurs clients et donc de faire partie de l'expérimentation.



PARTENAIRES ASSOCIÉS



PARTENAIRES DU CONCOURS

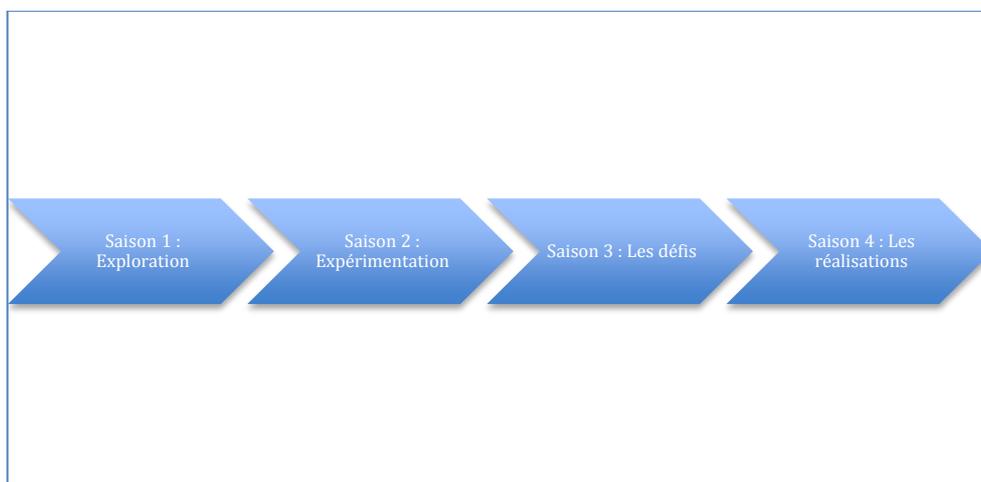


PARTENAIRES TECHNIQUES



Hypothèse : La Fing choisit ses partenaires selon le projet qu'elle souhaite porter et non l'inverse.

5) Un séquençage en 4 phases, dont 2 réalisées, 1 en cours et 1 à venir



5-1) La première saison : L'exploration. Années 2012-2013.

Il s'agissait dans cette phase de vérifier que le projet avait un intérêt pour les individus, les entreprises et l'écosystème du numérique. Cette saison s'est traduite par une veille approfondie sur le sujet des Self Data, qui à cette époque n'était pas appelée Self Data par la Fing.

Il s'agissait également de convaincre les futurs partenaires de la pertinence de l'expérimentation afin qu'ils consentent à « rendre » leurs données aux individus et participent au financement du projet.

Cette saison a donné lieu à un cahier d'exploration qui synthétise ce qui se passe au niveau international sur le sujet. Il s'interroge et offre des pistes et des hypothèses : Quelles valeurs pour les individus, pour les entreprises et pour l'écosystème ? Quelles implications techniques, juridiques, économiques et sociétales ? Quels types de services en restitution des données personnelles peut-on inventer ?

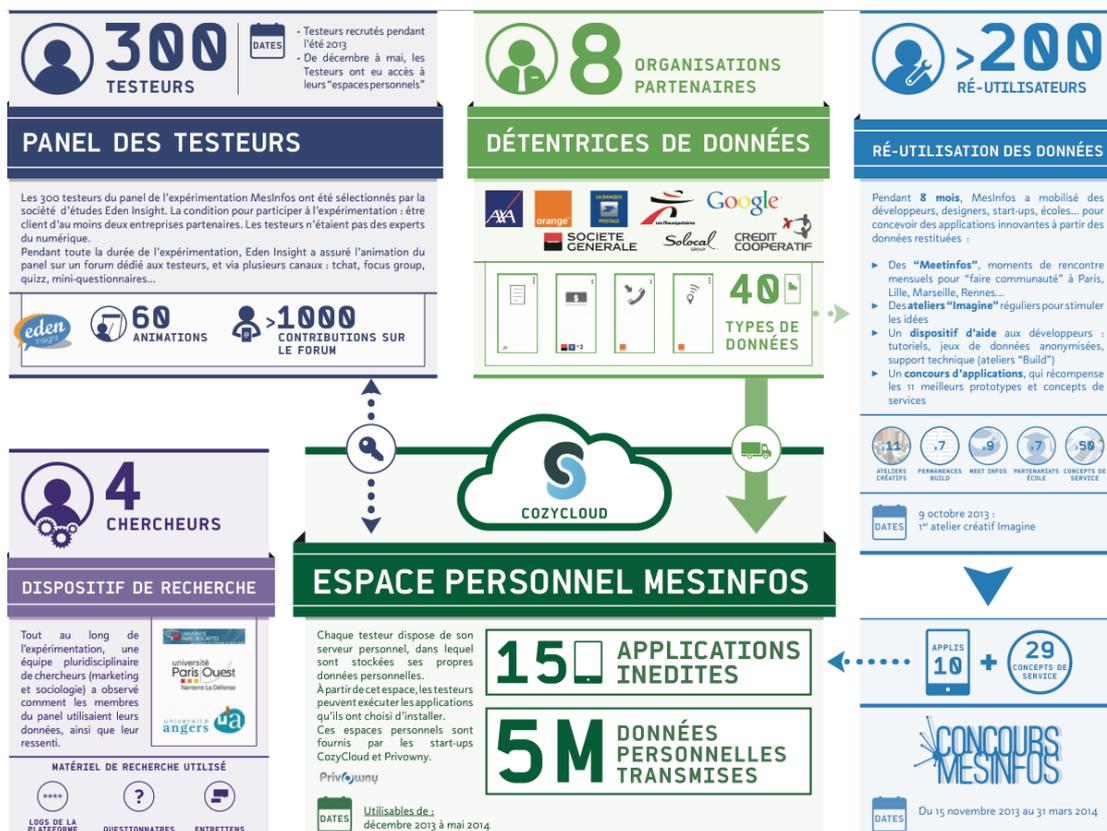
Observation : La veille est-elle une composante essentielle du projet, en amont, et tout au long du projet ? Elle permettrait de définir les pistes d'exploration et les acteurs à réunir en réseau ?

5-2) La deuxième saison : L'expérimentation. Novembre 2013 – Juin 2014

Pour répondre à ces pistes d'exploration, le projet MesInfos s'est accompagné d'une expérimentation, supervisée par la CNIL. Huit grandes entreprises détentrices de données ont accepté de participer et de rendre leurs données à 300 individus/clients/testeurs. Ces données furent hébergées sur une plateforme et dans des espaces personnels sécurisés.

Puis pour lancer la phase de réutilisation et transformer ces données personnelles rendues en Self Data, des services ont été imaginés lors d'atelier, certains récompensés par un concours. Ces services Self-Data ont ainsi pu être prototypés lors d'ateliers, pour démontrer leur

intérêt. De même l'équipe de chercheurs a pu réaliser un travail sur le terrain et effectuer des enquêtes auprès des testeurs pour déterminer des tendances.



(source : synthèse de l'expérimentation MesInfos -Fing)

5-3) J'interviens donc lors de la troisième saison de MesInfos : Les Défis

Il s'agit, pour cette troisième saison, d'imaginer des pistes de réponses aux défis précédemment évoqués et de démocratiser le mouvement Self Data.

Mon rôle fut d'abord de me concentrer sur les services Self Data, le troisième acteur de l'écosystème. En effet si l'exploration et l'expérimentation des 2ères phases ont permis de bien identifier les détenteurs de données, de poser une réflexion sur les individus et leurs rapports aux données (avec par exemple les rapports de recherche qui ont réalisé des études et des entretiens, des enquêtes), les projections de services Self-Data n'ont pas été étudiées.

Dans la 3ème phase, l'expérimentation a permis d'en produire un grand nombre, à travers des ateliers. Des prototypes ont été créés, récompensés par le concours. Il existe déjà un certain nombre de ces services Self-Data, mais ils sont peu connus, car ils ne s'autodésignent pas forcément comme tels. J'ai donc débuté une veille sur ces services existants et sur l'écosystème Self-Data. Les résultats de celle-ci se trouvent en troisième partie de ce mémoire.

Ma mission sur le projet MesInfos est basée principalement sur la veille et les livrables de cette veille afin de fournir du contenu aux ateliers, démarrer l'atelier par une présentation de ce qui existe déjà pour ensuite réunir les participants autour des défis.

6) Moyens de la mission :

Des réunions d'équipe

- Hebdomadaires : 1 h
- Ponctuelles : 2 à 4h, mensuelles

Un Copilotage avec les partenaires

- Octobre 2014, 4h
- Décembre 2014, 4h

Une veille, sur mots-clefs et une production de documents de travail.

- De aout 2014 à décembre 2014

7) Production :

Livrables pour ateliers :

- 24 septembre 2014 : Les opportunités du Self Data => réalisation d'une cartographie des services Self Data existants + supports pour l'atelier
- 7 octobre 2014 : Les modèles de revenus du Self Data => réalisation d'une cartographie des « business model » existants pour les services Self-Data + supports pour l'atelier.
- 19 novembre 2014 : Les défis du Self Data => réalisation des supports pour l'atelier.

- Chacun de ces ateliers a donné lieu à un compte-rendu publié sous forme d'article sur le site MesInfos.

Observation : les ateliers serviraient à produire des livrables, qui seront valorisés pendant et après le projet ?

Livrables supplémentaires

- Notes de synthèse sur sujets précis (ex : les initiatives américaines en terme de Self-Data, Blue Button, etc.)
- Actualisation des chapitres 4 et 5 du cahier d'exploration
- Actualisation du site web MesInfos
- Autres travaux pour différents projets de la Fing (Questions Numériques, Capacity, Connecteur Recherche, Lift)

8) Les Contraintes

Cette mission a d'abord souffert d'une contrainte de temps. Les deux premiers ateliers demandaient d'obtenir des résultats extrêmement rapides de la veille. Il ne s'agissait donc pas de réaliser une veille automatisée et d'attendre les actualisations des flux RSS, mais bien de fouiller le web à la recherche de services Self Data. De plus, je n'ai su que tard que le résultat de cette veille devait prendre la forme d'un livrable (une cartographie) pour servir de support à un atelier et le présentait donc comme outil de travail, sous forme de base de données. J'aurais pu gagner du temps si la commande avait été plus précise.

De plus, une fois les services trouvés, il fallait les décrire précisément, et en particulier trouver leurs "business model". Or les services ne décrivent que peu leurs modèles de revenus. Une fouille plus soutenue était donc nécessaire afin de croiser les sources (articles, site du service, interview des fondateurs, etc.). Les informations étaient donc longues et difficiles à trouver, par manque de transparence des services, des starts-up, quant à leurs modèles de revenus.

La deuxième contrainte a été de réaliser une cartographie des services. Les outils disponibles en ligne et gratuits ne permettant pas de la réaliser j'ai dû emprunter les outils nécessaires auprès de mon cercle personnel afin de pouvoir utiliser Photoshop et Illustrator. On peut en effet remarquer que les outils sont personnels, les membres de la Fing utilisent leurs propres ordinateurs et logiciels, symptôme d'une transformation du travail (Bring Your Own Device).

Comment s'insérer dans un projet déjà en place ?

Être conviée à toutes les réunions et au partage de l'information au sein du projet MesInfos était particulièrement efficace, à travers les mails en copie, le partage des documents sur le drive, etc., mon insertion et mon identification par les différents acteurs du projet n'ont pas posé de difficulté.

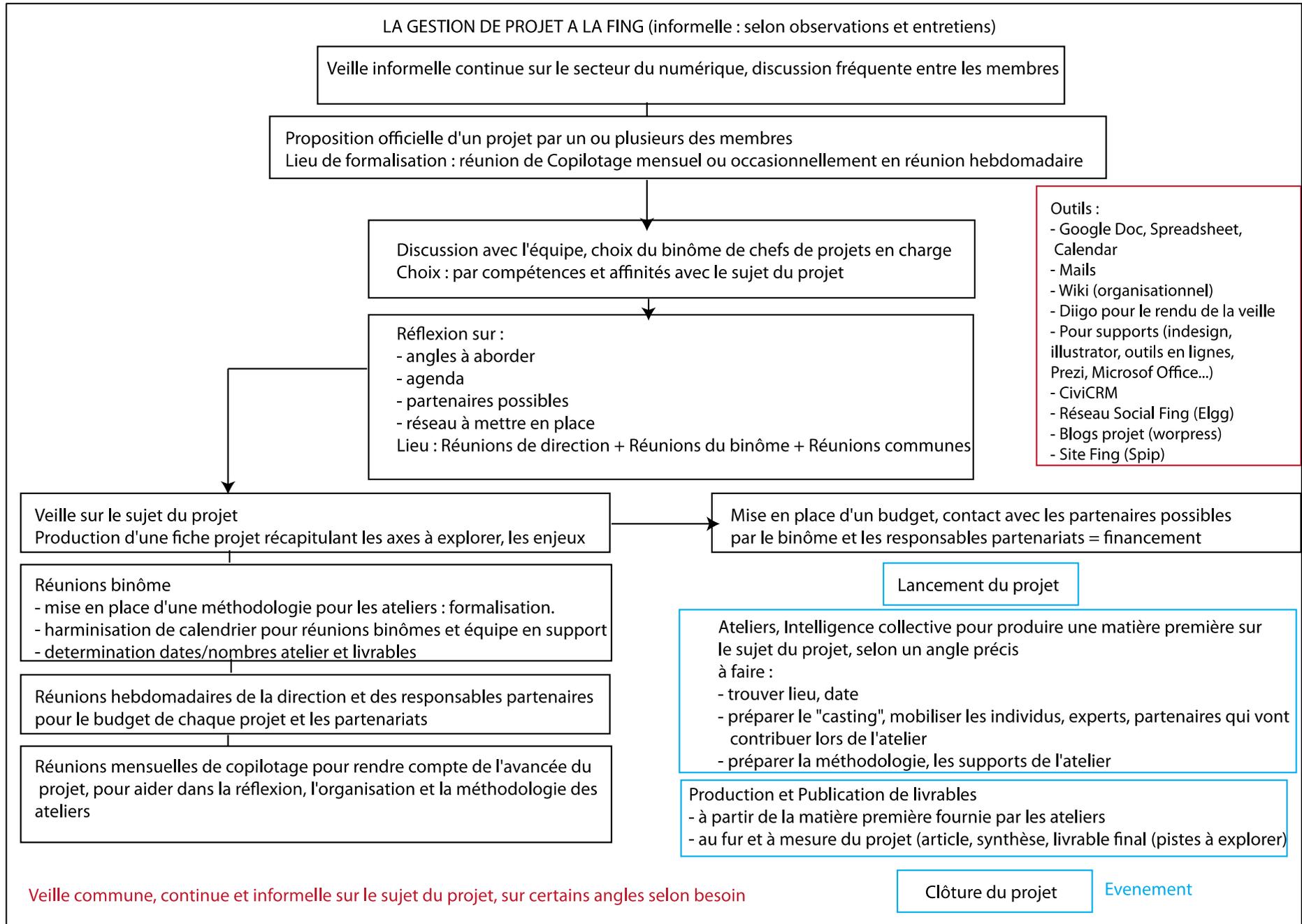
J'ai eu accès à toute la documentation. La majorité de celle-ci étant sous forme de Google doc partagé. L'accès aux différents outils type CRM, BackOffice du wordpress, etc., m'a été transmis rapidement.

Enfin, l'équipe a facilité ma légitimité auprès des partenaires et des participants au projet et aux ateliers.

Observation : La Fing travaille en collaboration avec ses membres, les conviant à toutes les réunions qui sont la pierre angulaire de la réflexion et de la production.

Pour résumer ces hypothèses, la création d'un schéma permet de voir plus clairement comment un projet est créé et suivi au sein de la Fing, la Fing ne disposant pas de méthodologie projet officielle, mais disposant d'une routine bien rôdée pour son fonctionnement, qui permet flexibilité et souplesse au cours du temps. Le projet MesInfos suit cette routine, mais de par son caractère expérimental, a fait intervenir des prestataires et des intervenants extérieurs.

Ce schéma est basé sur les observations précédentes et demandera à être vérifié, c'est l'objectif de la partie suivante.



B) ÉLÉMENTS ET PISTES DE REFLEXION A PARTIR DES OBSERVATIONS.

Observation 1 : La Fing et le management par projet³²

Comme nous l'avons vu dans le cas précédent, MesInfos, la Fing fonctionne en mode projets successifs. Cela s'exprime particulièrement dans le fait que les partenariats se réalisent projet par projet, demandant de mobiliser d'anciens ou de nouveaux partenaires pour chacun d'entre eux.

Il semblerait qu'il s'agisse d'une nouvelle manière de faire, qui se répand de plus en plus. Ainsi Séverine Perbal³³ parle de « pratiques agiles de projet qui tendent à s'imposer dans le monde des projets IT et le mode multi projet pour aboutir à une meilleure gouvernance dans tous les secteurs d'activité ». On passerait d'un management par service à un management par projet, mobilisant des membres de différents services.

Cela semble être particulièrement le cas à la Fing, où la question des pôles vue précédemment est rarement évoquée. Ainsi, ces pôles servent plutôt à donner une représentation de l'organisation qu'au management de projet.

La plupart des membres de la Fing se définissent eux-mêmes non pas comme directeurs ou membres de tel ou tel pôle, mais bien comme porteurs de tel ou tel projet, s'inscrivant ainsi dans la logique de management par projet, permettant « la réalisation de ces développements de façon plus rationnelle, efficiente et productive (Ibbs, 2002) »

Ainsi l'un des membres de la Fing³⁴, se déclare chargé de projet sur deux projets en cours et un à venir :

³² Selon l'AFNOR (norme X50-115), il convient de parler de management par projet lorsque "des organismes structurent leur organisation et adaptent leurs règles de fonctionnement à partir et autour de projets à réaliser".

³³ (17, PERBAL)

³⁴ Entretien n°1

« Les projets sont assez variés ; programmes, expérimentations, une partie Think Tank de la Fing qui s'exprime par un côté assez prospectif, plus proche de la recherche que de l'action. Mais il existe quelques projets opérationnels type MesInfos. On peut être sollicité sur d'autres projets, par exemple Questions Numériques qui a un cycle annuel, mais on vient plus donner des coups de main. On peut également être sollicités sur d'autres petites missions : intervention, conseil. »

Observation 2 : Une veille continue est nécessaire en amont et tout au long du projet. Elle est informelle et réalisée individuellement

L'activité de veille n'est jamais véritablement formalisée à la Fing. S'il existe un pôle « prospective », il ne s'agit pas du pôle responsable de la veille, mais plutôt de la publication avec "Questions Numériques" (publication de la Fing sur les évolutions du numérique), et "Internet Actu," présenté comme média servant d'outil de veille pour les membres. Or il ne s'agit pas d'outils de veille classiques, de fonctions supports d'aide à la prise de décision, mais bien d'outils de publication de la réflexion, basés sur une veille antérieure.

Si cette veille est informelle, elle n'en est pas moins existante. Selon S. Perbal elle est représentée à 4 endroits dans la gestion de projet. Nous en retiendrons ici un, qui s'applique particulièrement à la Fing, les autres s'appliquant plus à des secteurs classiques de production de biens et services. Ainsi la veille apparaît « dans la phase de détection d'opportunités et de définition de projet pour identifier des partenariats potentiels et les concrétiser. »

En effet, à la Fing on retrouve cette organisation. C'est la première phase, présentée dans l'infographie des hypothèses.

Selon nos hypothèses, la veille est donc l'une des activités principales lors d'un projet. Mais qui veille ?

- Le chef de projet : son rôle est de coordonner la veille, de fixer des axes, et de s'enquérir des avancées de celles-ci : « Le chef de projet doit garantir le suivi de l'implication de ces personnes. Une majeure partie de ce suivi est apportée par une activité de veille le plus souvent informelle (réunion café, discussion

informelle...) »

- Les membres de l'équipe : ils utilisent à titre individuel leurs compétences de veille.

Dans le cas du projet MesInfos, le nombre de réunions formelles et informelles et les contacts fréquents par mail ont permis ce suivi de la part des chefs de projets et cette mobilisation de compétences de l'équipe. Certains de ces contacts de suivi, où le veilleur informe son chef de projet de ses avancées sont appelés « rapports d'étonnements », permettant au veilleur d'organiser sa production sous forme de note, d'analyse et de synthèse par lesquelles il apporter son savoir-faire et ses questionnements, sans ressentir la pression d'un livrable. A partir de ce genre de rapports d'étonnement, de nouveaux axes peuvent être ajoutés à la veille et certains champs modifiés.

Selon l'un des membres de la Fing³⁵ :

« La veille se fait par projet, sur les sujets des projets, par exemple la consommation collaborative, le travail et le numérique, etc. Lorsque l'on voit quelque chose d'intéressant, on partage avec les autres, même si ce n'est pas notre projet. Mais chacun est chargé de la veille sur son propre projet. Cela permet de voir les signaux faibles, les transformations en cours. Cela peut amener à écrire des articles ou des billets de blogs... »

Hypothèse 3 : les projets se gèrent par binôme, avec la direction et le reste de l'équipe en soutien

Selon l'un des membres de la Fing³⁶ le chef de projet a plusieurs tâches :

« 1) Pilotage : Sur des projets entre 8 et 12 mois. Mais il existe d'autres projets plus longs, ex : MesInfos. Le chef de projet doit déterminer des lignes directrices, les grandes étapes, comment y aller, le budget, les relations avec les partenaires.

³⁵ Entretien n°1

³⁶ Entretien n°1

2) Organisation d'évènements, d'ateliers. Sur MesInfos, on a beaucoup d'évènements. Pour d'autres types de projets, on aura plus d'ateliers.

Le but d'un atelier est de faire sortir des idées nouvelles, des scénarios prospectifs, extrêmes. On organise ces ateliers, on conçoit les méthodologies, on fait appel à des designers. On conçoit les livrables. L'atelier est important, il met vraiment en contact avec les communautés. »

Cette importance des communautés et de la mise en réseau par les ateliers est renforcée par un autre entretien avec un des membres de la Fing³⁷ :

« Lors du casting d'atelier, on fait attention à l'avoir diversifié : des jeunes, des moins jeunes, des représentations de la diversité, de l'expertise, etc. (...) »

L'élaboration des méthodologies est importante également : On est tout le temps en questionnement, mais on peut aussi stimuler de nouvelles idées. On invente tout le temps des méthodologies, parfois on prend appui sur les méthodologies de précédents projets, mais la plupart du temps on doit les réinventer. Cependant quelques thèmes reviennent, par exemple la création de scénarios extrêmes qui permettent de sortir un peu des cadres, d'imaginer beaucoup de choses sans trop de contraintes ce qui est assez stimulant pour dépasser l'endroit où l'on bloque (...) Pour les ateliers, la présence physique est importante pour stimuler l'intelligence collective, on peine à la stimuler sur un réseau numérique. On peut animer cette communauté, mais il est difficile de les faire travailler ensemble directement ».

« 3) Veille par projet : Sur des sujets comme par exemple la consommation collaborative, le travail et le numérique, etc., lorsque l'on voit quelque chose d'intéressant, on partage avec les autres, même si ce n'est pas notre projet. Mais chacun est chargé de la veille sur son propre projet. Cela permet de voir les signaux faibles, les transformations en cours. Cela peut amener à écrire des articles ou des billets de blogs...

³⁷ Entretien n°2

4) Elaboration des livrables. Si on a bien fait le travail pendant l'expédition, le projet on a beaucoup de matière qu'on va pouvoir utiliser pour nos livrables. »

Toujours selon l'entretien, on confirme cette disposition par binômes chefs de projet :

« La plupart des projets à la Fing sont portés en binômes. Sans véritablement de tâches prédéfinies, on s'entend en fonction de nos agendas et nos autres projets en parallèle. Parfois, sur certains aspects du projet on se répartit les tâches

De plus les deux co-fondateurs interviennent sur tous les projets : Les co-fondateurs de la Fing portent haut les enjeux forts du projet pour le faire avancer. Ils ont le poids nécessaire pour le faire.

« Sur chaque projet, les deux directeurs s'engagent. Ils sont le visage de la Fing. Leurs décisions portent plus sur le pilotage scientifique, sur les grandes décisions de fond, sur les budgets et sur les partenaires. Ils sont également présents lors de la construction des pistes d'innovations. »

On voit ainsi que les co-fondateurs s'engagent, ce qui vérifie les hypothèses présentes dans l'infographie, démontrant que de nombreuses réunions de direction et de co-pilotage, où ils sont présents, portent sur les projets. Daniel Kaplan offre une expertise et une légitimité, un visage, vis-à-vis des entreprises et des pouvoirs publics, tandis que Jacques-François Marchandise permet de créer et d'approcher le monde des institutions, de la recherche et des territoires.

Hypothèse 4 : La Fing et la conception collaborative

Intelligence Collective, Co-Design, Innovation ouverte, Management des connaissances, autant de concepts qui peuvent être mobilisés pour analyser la gestion de projet à la Fing. Nous allons tout d'abord voir en quoi la gestion de projets à la Fing s'approche du terme d'Intelligence Collective pour ensuite se rapprocher du terme « conception collaborative ».

Peut-on parler d'Intelligence Collective ?

La collaboration des membres est au centre de notre infographie des observations : le nombre de réunions, la prise de décision à plusieurs, la co-crédation et la co-production de pistes, de livrables, de méthodologies, la veille commune... S'agit-il d'Intelligence Collective ?

La Fing se réclame d'une intelligence collective, la plaçant au centre de ses valeurs comme nous l'avons vu dans la première partie. Cela s'applique-t-il également à sa gestion de projet ?

L'introduction du texte de Olfa Zaïbet Greselle³⁸, sur l'intelligence collective permet d'appréhender le concept pour le management par projet :

« Une compétence nouvelle est maintenant exigée des employés, des ouvriers aux décideurs : celle de travailler productivement et collaborativement dans les équipes. Ainsi, la structuration en équipe permettrait de s'adapter plus facilement aux évolutions de l'environnement, voire de les anticiper. En outre, grâce au fonctionnement en équipe, l'organisation peut s'appuyer sur une unité de base autre que l'individu, et par conséquent, être moins dépendante des aléas (congrés de maladie et éventuelles démissions...) de ses employés. Sans compter que le fonctionnement en équipe est généralement considéré comme favorisant la participation et la créativité des individus (Anderson et West, 1998). »

Appliquer les principes de l'intelligence collective à son organisation semble être l'une des priorités de la Fing. Nous avons vu que cela faisait partie de ses valeurs. Il apparaît que la Fing applique à elle-même ces dispositifs d'intelligence collective, de mobilisation de réseaux pour ces projets.

En effet, lors de la plupart des réunions hebdomadaires et de co-pilotages mensuels, la Fing fonctionne en donnant la parole à tous, en créant des ateliers portant sur un sujet à améliorer au sein de la Fing (par exemple la gestion du temps,

³⁸ (18, GRESELLE)

la gestion des outils, etc.), ou sur un projet en particulier. La Fing semble donc mettre en pratique ce qu'elle prêche. En séparant en petits groupes son équipe pour les faire travailler sur un sujet précis, la Fing espère obtenir des résultats créatifs.

C'est en reconnaissant les contributions de chaque groupe sur un sujet et en adoptant leurs décisions, que les membres d'une organisation auront le plus tendance à les suivre, au contraire d'une décision prise seulement par la direction.

Exemple au travers d'un mail récapitulatif le travail d'un des ateliers lors du pilotage, centré sur le sujet de la structuration des réunions et du suivi, le délégué général annonce : « s'il n'y a pas d'objection de la part des non-participants, je propose de considérer les "décisions" du groupe comme de vraies décisions, et donc qu'on les mette en oeuvre. »

Lors de la prise d'une décision importante, le principe d'Intelligence Collective semble également appliqué. Avec par exemple la transformation de "Questions Numériques", la publication de la Fing sur les enjeux et les transformations de la société par rapport au numérique. A cette occasion, la Fing a engagé un prestataire extérieur, Nod-A, afin de créer une méthodologie et des supports d'atelier afin d'animer une journée entière d'atelier. Toute l'équipe de Nod-A (5 à 6 personnes, dont deux graphistes) et l'équipe Fing au complet se sont réunies pour le petit déjeuner, et ce jusqu'à 18h, pour réfléchir ensemble à cette question. Le temps de parole a été égal pour tous, chacun a pu contribuer. L'après-midi, de petits groupes se sont réunis autour de tables pour discuter et produire sur un sujet précis de cette publication : valorisation, site web, découpage en chapitre, publication... La restitution s'est faite en groupe.

Au sein de chaque projet, les tâches se réalisent en réalité à plusieurs, particulièrement lorsque la charge de travail d'un des membres de l'équipe est forte. Ainsi on retrouve des publications à plusieurs mains, chacun récupérant un chapitre, des méthodologies, des supports à réaliser. Une certaine flexibilité quant à la répartition des tâches est donc prescrite. Les membres de l'équipe Fing se font confiance et acceptent de travailler les uns avec les autres. Il est rare que quelqu'un n'ait pas déjà travaillé au moins sur un projet avec ses collègues, que cela soit en

appui pour l'élaboration de pistes, pour l'animation d'ateliers... Il est de toute façon impossible pour les individus de réaliser ces tâches, seuls.

Le tableau de Olfa Zaïbet Greselle , sur la page suivante, est basé sur une étude de cas, et permet de vérifier si la Fing correspond à cette logique d'intelligence collective. J'ai modifié ce tableau en appliquant des indicateurs simples, ici en bleu :

- + à +++ : signifie que la composante est respectée et qu'elle se traduit par ce phénomène
- à --- : signifie que la composante n'est pas respectée et qu'elle ne se traduit pas par ce phénomène

Nous nuancerons cette vision dans le point suivant.

Tableau 3 : Les phénomènes d'intelligence collective au sein des équipes de travail

Composante	Phénomènes
Intercompréhension +++	<p>Les membres du collectif développent un esprit d'équipe propre à eux.</p> <p>Ils se nomment « les fingeros » et partagent un esprit d'équipe très fort, parfois appelé «l'esprit Fing »</p>
Représentation partagée +++	<p>Les individus confrontent leur représentation de la situation.</p> <p>Les confrontations sont fréquentes et chacun partage lors de réunions, de mails sur la liste bien nommée « quotidien », sur le google drive, sur skype .</p>
Langage en commun +++	<p>Une personne extérieure ou nouvelle au collectif ne les comprendrait pas ou difficilement.</p> <p>L'impression, en tant que membre extérieur, d'arriver dans une « famille »; beaucoup d'utilisations de termes propres à la Fing : expédition, horizons, modèles, territoire, pistes, explorations qui ont une signification spécifique, propre à la Fing qui les définit selon ses normes.</p>
Elaboration en commun ++	<p>Les individus se mettent d'accord sur la marche à suivre et les buts à atteindre.</p> <p>Définir les grandes lignes d'un projet se fait en commun. Et définir les grandes orientations de la Fing également (un copilotage portait le nom de « Fing 2020 » et réunissait toute l'équipe pour les déterminer)</p>

Mémoire collective	savoirs théoriques (pensée) +	<p>Existence de savoirs communs au collectif.</p> <p>Les membres disposent de savoirs communs, mais chacun reste spécialisé dans son domaine (par exemple, les données, le travail, l'urbanisme)</p>
	savoirs actionnés (action) +++	<p>Existence de savoir - faire, donc de savoirs liés à l'expérience, à l'action.</p> <p>L'équipe de permanents est la même depuis des années, avec quelques ajouts récents, elle dispose donc d'une expérience commune, par exemple pour la mise en place d'une méthodologie d'atelier, la mise en place d'un projet. La formalisation de ces savoirs ne se fait donc pas, car n'est pas nécessaire.</p>
	savoirs actionnables (pensée-action) +	<p>-Existence à la fois de savoirs et de savoir- faire. Ce qui se traduit par des savoirs pour agir ensemble au sein du collectif.</p> <p>-Capacité du collectif à savoir prélever dans son environnement les données utiles et surtout pertinentes pour la conduite de son action.</p>

<p>Objectif commun +++</p>	<p>-Prise d'une décision non pas par l'ensemble, mais construite par l'ensemble. -la construction de la décision a mobilisé l'intelligence collective et les connaissances de chacun des membres de l'équipe.</p>	
<p>Collaboration +++</p>	<p>Interdépendance +++</p>	<p>La personne mentionne le besoin d'une coordination avec les autres. En réunion, les membres de l'équipe expriment leurs besoins de coordination avec les autres et les rendez-vous sont pris. Autre exemple : le mail d'un membre permanent travaillant loin, venant à Paris pour une journée envoie un mail commun « je suis à Paris vendredi, j'ai une après-midi de libre, qui a besoin d'aide sur quoi ? »</p>
	<p>co-activité -</p>	<p>La personne mentionne l'influence de ce qui est fait à un poste sur les autres (Bataille, 2001). Les postes à la Fing n'étant pas réellement déterminés, cette composante est difficile à appréhender. Cependant on peut noter que les membres de la Fing ne fonctionnent pas en terme de compétences. Il semble qu'il ait pensé que chacun dispose des mêmes compétences et donc que tout le monde peut aider tout le monde, sans forcément de priorité dans cette aide. Ce n'est pas le cas des savoirs et des connaissances, puisque chacun à un domaine de spécialisation, on ira lui poser une question relative à celui-ci. Mais concernant les étapes projets, chacun peut être mobilisé et les compétences des individus sont méconnues de tous (par exemple les compétences en design, en organisation des</p>

		données...)
	Interacti on +++	La personne mentionne le fait qu'elle a besoin des autres pour faire face à une situation de travail et agir Phrase type entendue : « j'ai besoin d'aide sur ****, qui peut venir m'aider ? »
Cohésion d'équipe +	-Le collectif agit comme une même et seule unité. - Existence d'une dynamique collective. L'esprit d'équipe vu plus haut se traduit en effet par une cohésion. Cependant, si il y a dynamique collective, il n'y a pas action comme une seule unité et les membres de la Fing se contredisent parfois en public, ne sont pas d'accord sur des sujets (ex : l'apprentissage du code à l'école).	
Comportements +++	-Le collectif s'adapte aux comportements des divers membres. Les membres de la Fing se comportent de manières très différentes, chacun ayant une autorité dans son domaine. Mais le « mainstreaming » de ces comportements n'est pas recherché, il semble même mieux, pour bien s'intégrer, d'avoir un comportement, une identité bien définie.	
Conflits +++	-Le collectif est composé de différents individus qui par l'échange de	

	<p>leurs points de vue, créent de l'intelligence et donc enrichissent le collectif.</p> <p>Les conflits existent à la Fing, pas uniquement sur certains sujets comme nous venons de le voir avec par exemple l'apprentissage du code à l'école, mais également sur l'organisation, la méthode projet. Ces conflits s'expriment le plus souvent lors des réunions mensuelles de co-pilotages et permettent l'expression de points de vue différents, permettent de marquer une incompréhension également.</p>
Autonomie ++	<p>-Indépendance de l'équipe et des individus dans l'équipe.</p> <p>Voir plus haut</p>
Confiance +++	<p>Chaque membre fait confiance à un individu pour sa capacité à...</p> <p>Voir plus haut</p>

Plutôt une approche « conception collaborative » ?

On pourrait donc, selon la définition de Greselle, parler d'intelligence collective à la Fing. Cependant, cette approche n'est pas nécessairement de l'ordre de l'intelligence collective au sens strict, et on pourrait alors parler de conception collaborative.

Pierre Levy³⁹ définit l'intelligence collective comme étant :

« Une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. »

Il s'agirait donc d'un concept qui mobilise un large panel d'acteur, difficilement applicable à une entreprise, une association. Cependant, le management de projet à la Fing peut correspondre à une forme d'intelligence collective puisqu'il s'agit, au cours du projet, de concrétiser une mobilisation d'acteurs hétérogènes, privilégiant la confrontation des points de vue et l'exploitation de savoirs différenciés.

La Fing adopte-t-elle alors ce que l'on appellerait plus volontiers une forme d'intelligence collective : l'approche « conception collaborative » ? C'est-à-dire qu'elle va solliciter un ensemble de parties prenantes pour débattre, étudier, tester, etc.

Hatchuel⁴⁰ estime que la conception est un processus « irréductiblement collectif », qui doit prendre en compte les compétences des différents acteurs :

« L'entreprise est un lieu de conception et de prescription, et qu'on peut difficilement y parler de « communautés », comme si les acteurs n'y étaient pas définis par des expertises hétérogènes et comme s'ils étaient tous équivalents face aux processus de régulation »

Pour élaborer des pistes, trouver des angles, créer des méthodologies, la Fing va mobiliser les compétences et les connaissances des parties-prenantes internes et externes, trouvant un équilibre entre les logiques des acteurs et la cohérence du

³⁹ (19, LEVY)

⁴⁰ (20, HATCHUEL)

projet. Cette conception nécessite une négociation et une synchronisation entre les différents points de vue et mondes professionnels de ces acteurs pour arriver à un projet harmonieux et cohérent, articulé autour d'un consensus, d'un objectif commun.

Citons Françoise Darses et Pierre Falzon⁴¹, sur la co-conception :

« Les partenaires de la conception développent la solution conjointement : ils partagent un but identique et contribuent à son atteinte grâce à leurs compétences spécifiques, ceci avec des contraintes très fortes de coopération directe pour garantir le succès de la résolution du problème. »

Ces négociations - pour atteindre ce consensus, cet objectif commun et ainsi développer des solutions - ont souvent lieu lors de réunions, par exemple celle citée plus haut, pour le prototypage de la publication de la Fing en atelier, avec toute l'équipe et des intervenants extérieurs qui prennent ici le rôle d'animateur/arbitre de la négociation.

Ou encore lors d'ateliers, lorsque la Fing mobilise les compétences d'acteurs extérieurs, et produit une matière exploitable à l'aide d'une méthodologie. Ici c'est la Fing qui prend le rôle d'animateur/arbitre dans la négociation.

Pour concevoir un projet à la Fing, le partage des connaissances est donc primordial dans cette logique de conception collaborative. Pour avancer dans la prise de décision lors d'un projet, pour concevoir et produire, les concepteurs doivent établir ce qu'ils savent, négocier autour de leurs savoirs et les synchroniser.

Ainsi, selon Darses et Pierre Falzon : « Certains processus communicatifs prennent alors une importance majeure : apport d'explications et de justifications, modélisation de l'interlocuteur, construction et maintien du contexte partagé. Même si l'on peut voir apparaître, lors des activités de co-conception, des phases de travail solitaire, c'est la *synchronisation cognitive* qui reste dominante. »

Or, la Fing opte pour la méthode agile dans sa gestion de projet, préférant l'auto-management, sans cahier des charges.

⁴¹ (21, DALZON et DARSES)

Selon Jérôme Barrand⁴² à propos de l'agilité, la Fing devrait également « organiser ses projets en coopérant : non seulement avec des experts ou des sous-traitants, mais également avec un concurrent ou avec un fournisseur. L'alliance se fera au sein d'une équipe projet ou d'une entreprise commune et sera régie par une convention modifiable dès qu'un acteur de l'alliance en ressentira le besoin. »

C'est bien ce qu'elle fait. Par exemple, sur l'expédition Sharevolution, la Fing est en partenariat avec OuiShare, qui pourrait être son concurrent sur le sujet.

Cette manière de gérer les projets à la Fing possède l'avantage de la flexibilité mais a un inconvénient : le manque de formalisation. La Fing ne dispose pas de processus, de flux de décisions, de formalisation des compétences et de connaissance formelle des savoir-faire de ses équipes. Nous avons parlé tout à l'heure de routines, révisées au cours du temps.

Selon Hatchuel « l'action collective autorise de multiples processus de genèse et de révision des routines mais encore faut-il prendre en compte les « routines d'interaction » entre les acteurs, leur capacité à se transformer et à se sélectionner mutuellement. »

Une formalisation de la « routine projet » mais surtout de ces « routines d'interaction » aurait permis une meilleure identification, optimisation des "affectations".

Selon Samia Ben Rajeb⁴³ « Si l'on part de l'hypothèse que le processus de conception passe par des moments où les concepteurs peuvent travailler seuls, par des moments où ils coopèrent, mais aussi par des moments où ils collaborent, alors la question centrale, aujourd'hui, porte sur l'intégration des choix et des points de vue de chacun. Les résultats des études sur les *opérations cognitives* mises en jeu dans ces situations particulières de conception peuvent contribuer à la définition et la mise au point de dispositifs, outils et/ou méthodes. Ces derniers seraient destinés à la conception architecturale pour favoriser les échanges de points de vue, la

⁴² (22, BARRAND)

⁴³ (23, BEN RAJEB)

construction de consensus et la gestion du travail à plusieurs»

L'équipe étant petite, une quinzaine de permanents, cette formalisation, cette mise en place de dispositif, n'a pas semblé nécessaire, car tous les « fingeros » se connaissent. La « synchronisation cognitive », qui, selon Françoise DARSES et Pierre FALZON, a pour objectif de s'assurer que tout le monde partage la même connaissance de la situation et le même savoir général, est implicite. Pourtant de tels « dispositifs, outils et/ou méthodes » seraient utiles pour les nouveaux arrivants. Le wiki, qui permet déjà de puiser de l'information sur l'organisation administrative et pratique pourrait servir à cela.

C) SCENARIOS, RECOMMANDATIONS

Cette partie se propose de poser quelques préconisations quant à la gestion de projet à la Fing et particulièrement sur l'expédition MesInfos.

La Fing pense déjà à des scénarios d'usages, à travers les ateliers MesInfos, pour répondre aux défis du Self Data. Ici, nous nous proposons de présenter trois scénarios prospectifs qui introduiraient une dynamique de changement, de transformation dans l'organisation projet de la Fing.

- Comment développer un Button
- Comment mettre en place une veille plus efficace
- Lier ce projet à d'autres

SCENARIO 1 : DEVELOPPER UN « BUTTON » FRANÇAIS

Description du projet de service :

Aux Etats-Unis, les Self Data s'expriment déjà au niveau national, par secteur. Celui de l'énergie, avec le Green Button, qui permet aux individus d'accéder d'un seul clic sur le site de leurs fournisseurs à leurs données personnelles de consommation d'énergie ; Celui de la santé, avec le Blue Button, qui permet aux individus d'accéder à leurs données personnelles de santé. De nombreux services se sont développés autour de ces données personnelles. (voir troisième partie pour plus de détail)

Un tel bouton, dans le contexte français, permettrait d'obtenir une grande visibilité pour le mouvement Self Data et contribuerait à l'empowerment de l'individu par ses données et la création de nombreux nouveaux services.

Quels acteurs pourraient y prendre part ?

Si on part vers un bouton santé, les acteurs à mobiliser seraient les suivants :

Associations :

- hackers pour qu'ils imaginent des idées
- Associations de patients, autres : rejoignant les gens qui sont dans MesInfos

- Associations de médecins

Institutionnels et organisations :

- Chief Data Officer France : Henri Verdier
- SGmap
- Sécu principale + autres sécu (étudiantes, etc.), mutuelles, assurances
- Syndicats

Techniques :

- Organisations de création de standards
- Professionnels de l'information, des ontologies médicales

Comment y arriver ?

Première étape :

- Réunion des acteurs, discussion
- Rôle de pilote de la Fing à définir
- Veille continue sur le sujet, vérification de l'organisation du projet chez les Américains (ne pas répéter les mêmes erreurs)

Deuxième étape :

- Création d'un standard de données et de leurs transmissions
- Mise en place d'un protocole de sécurité de l'accès aux données (particulièrement si elles sont médicales)

Troisième étape :

- Test sur un panel volontaire
- Création de services tests, encouragement par les pouvoirs publics

Quatrième étape :

- Extension à l'échelle nationale
- Communication, intelligibilité de l'intérêt pour l'individu

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - une visibilité maximale pour le mouvement, car au niveau national - un intérêt pour les données de santé déjà présent (le marché du Quantified Self est essentiellement basé sur celles-ci) - Un contexte national propice : centralisation du système de santé plus forte qu'aux Etats-Unis - Des acteurs bien identifiés - Un enjeu fort : l'empowerment des individus sur leur santé. Leurs données ne sont plus seulement entre les mains des médecins et des professionnels du milieu = plus de confiance, car moins de dépendance 	<ul style="list-style-type: none"> - Les données de santé sont très sensibles - le secret médical : les données sont confidentielles et soumises à de grandes restrictions d'accès. Les protocoles de sécurité devront donc être parfaits - Des communautés difficiles à convaincre : les médecins, les syndicats ? - Susciter l'intérêt de tous les Français utilisateurs possibles est difficile. Peut-être se concentrer sur un type de public qui peut être plus intéressé (par exemple, les patients atteints de maladies chroniques)

SCENARIO 2 : UNE GESTION DE L'INFORMATION PLUS EFFICACE

Description et objectifs : La Fing utilise beaucoup d'outils différents pour communiquer. Elle ne dispose pas de flux de gestion de l'information ni de méthodologie formalisée pour la veille. Cette fiche projet se propose de répondre à ces questions pour atteindre quatre objectifs :

- un partage de l'information efficient
- une répartition des tâches selon les compétences
- une utilisation des outils a disposition
- une veille performante

Quels acteurs pourraient y prendre part ?

- Tous les membres de la Fing doivent participer à l'élaboration de cette politique de gestion de l'information et établir un consensus autour de celle-ci, dans la logique d'intelligence collective propre à la gestion de projet de la Fing.
- Un accompagnateur professionnel de l'information, chef de projet, assistance à maîtrise d'ouvrage : possible partenariat avec une école (ex : Titre 1 – Ingénierie de l'information à l'INTD ou Master d'Architecture de l'information ENS Lyon)

Comment y arriver ?

Pour rester dans la méthode d'intelligence collective de la Fing, le chef de projet en charge du changement va devoir solliciter les compétences en concertation et organiser des séances d'atelier, en petits groupes, pour déterminer les besoins de chacun, car il n'y pas de possibilité de déterminer les besoins par pôle, vu que le management se fait par projet.

Après la détermination des besoins, le chef de projet va proposer des solutions, non pas sous forme de cahier des charges, comme c'est le cas le plus souvent, mais par exemple sous forme de tableau personnalisé, propre à chaque salarié. L'individu doit être pris en compte dans le processus pour qu'il accepte de suivre

les solutions proposées. Un diagramme de flux ou des recommandations générales ne seraient pas suivis. Le chef de projet devra donc rentrer dans la logique de méthode agile.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Plus d'efficience - Moins de conflits - Une organisation claire et définie - Transmission des savoirs, possibilité de compréhension rapide et efficace des méthodes pour les nouveaux arrivants - Equipe petite (15-20 personnes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand risque de non suivi des recommandations si pas de consensus - Nécessaire de susciter l'intérêt et le consensus autour des recommandations (le management en intelligence collective ne permettant pas d'imposer une vision et des outils) - Prise en compte de chaque individu plutôt que d'une vision générale : contrainte de temps

SCENARIO 3 : LIER CE PROJET A D'AUTRES

Description et objectifs : Le projet MesInfos porte sur les données personnelles de tout type. C'est donc un sujet transverse à d'autres projets de la Fing. Les lier à ceux-ci permettrait de créer de nouvelles pistes pour le projet MesInfos et de développer un réseau supplémentaire.

Quels acteurs pourraient y prendre part ?

- Le projet Infolab et son binôme chef de projet : « La Campagne Infolab entend développer une culture de la donnée au service des entreprises et des acteurs du territoire. En lien avec un grand nombre de partenaires dont trois collectivités territoriales pilotes, il s’agira d’inventer et d’expérimenter, auprès de publics ciblés, des dispositifs de médiation entre les besoins et les projets des entreprises et des acteurs des territoires et l’univers de données. »

Il ne s’agit pas ici des données personnelles des individus, mais le thème de la médiation est présent et permet d’envisager d’autres pistes pour MesInfos, inscrire le projet sur un territoire par exemple.

- Le projet Bodyware :« Tout indique aujourd’hui que le corps (biologique, charnel, sensible, physique) devient la prochaine frontière du numérique. Le corps devient pour le numérique un instrument, un support, un sujet et une cible. La technologie observe le corps, l’analyse, s’en approche, voire s’y incorpore. »

Ce projet permet de faire un lien avec les données personnelles de santé par exemple. Il y a un lien à créer également sur le scénario « Button Santé » précédent.

Comment y arriver ?

- réunir les binômes de projet pour une réflexion sur des associations possibles
- convaincre les partenaires des trois projets
- choisir les pistes à explorer
- développer un cadre spécifique à l’exploration de ces pistes : intégration à MesInfos, à un nouveau projet, intervention à certains moments définis ?

Forces	Faiblesses
- Des partenaires multiples : un plus grand financement ?	- Concurrence entre les partenaires ?
- Des pistes plus précises = des	- Un agrandissement du champ

<p>réalisations</p> <p>- S'appuyer sur les compétences des binômes des deux autres projets (santé pour l'un, traitement des données pour l'autre)</p>	<p>MesInfos préjudiciable au projet déjà en place ?</p> <p>- Une plus grande équipe : une gestion de l'information plus difficile</p> <p>- Une multiplication des interlocuteurs</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**TROISIEME PARTIE : ANALYSE DES
RESULTATS DE LA MISSION : UN
MONDE DE SELF-DATA**

Troisième partie : analyse des résultats de la mission : Un monde de Self-Data

Après avoir présenté le cadre de la mission, la méthode projet employée et les recommandations pour améliorer cette méthode, une analyse sociopolitique des résultats de la veille et des ateliers s'impose.

D'abord parce que c'est le rôle d'un professionnel de l'information de livrer des résultats exploitables (et ceci sera fait dans un livrable en janvier 2015 publié par la Fing, s'appuyant sur cette veille et les ateliers).

Ensuite parce que ce sujet concerne le secteur des TIC et amène à se questionner sur la société de l'information qui est la nôtre.

Comme nous l'avons dit précédemment lorsque nous avons décrit le projet MesInfos, le retour des données personnelles aux individus implique trois types d'acteurs au moins.

- Les individus, producteurs de données
- Les détenteurs de données (entreprises, administration, etc.)
- Les services tiers « de confiance » qui lisent les données et fournissent un service avec une valeur d'usage pour l'individu. Il faut également ajouter les services de type plateforme, qui ne proposent pas une valeur d'usage à proprement parler, mais qui, en stockant les données des individus, permettent à d'autres services qui proposent cette valeur de s'y greffer.

C'est ce qui a été retenu dans le cadre de l'expérimentation MesInfos, où une seule plateforme, CozyCloud stockait les données des individus volontaires et à partir de laquelle de nombreux services ont été imaginés et prototypés.

Cette partie propose une première analyse des résultats du projet. Il ne s'agit pas ici de refaire l'histoire des données personnelles, qui est très bien traitée par d'autres, particulièrement sur le plan de la privacy, du marketing, etc., mais bien de parler du retour des données personnelles aux individus - initiatives encore timides bien qu'au développement intense ces 3 dernières années - et plus particulièrement de se concentrer sur les services numériques acteurs de cet écosystème.

A) LE RETOUR DES DONNEES PERSONNELLES : UNE INITIATIVE INTERNATIONALE

Le projet MesInfos s'inscrit dans une dynamique internationale autour des données personnelles. L'asymétrie de l'information entre détenteurs et individus producteurs des données paraît aujourd'hui plus forte encore. Des scandales comme la révélation du programme Prism par E. Snowden, le développement d'outils pour empêcher le traçage des informations sur son navigateur internet, les initiatives antipubs personnalisées, ou encore les anecdotes relayées par les médias démontrent que la « confiance numérique » est au plus bas.

L'anecdote la plus représentative de ce phénomène, particulièrement médiatisée, raconte l'histoire d'un père américain, recevant pour sa fille des publicités offrant des réductions sur certains produits de grossesse. Le père s'est plaint auprès du magasin qu'on incitait sa fille adolescente à procréer. L'histoire révèle que le père a ensuite présenté ses excuses au magasin, car sa fille était bien enceinte. Le supermarché avait pu cibler cette jeune fille en se basant sur ses données personnelles - son historique d'achat - et savait, avant sa famille, qu'elle était enceinte.

L'écho rencontré par ces anecdotes, ces scandales, démontre une prise de conscience vis-à-vis des risques de l'exploitation abusive des données personnelles.

Comment alors, permettre aux individus de devenir les acteurs de leurs données personnelles ? Et ne pas être passif face à leur utilisation par les détenteurs ?

Le projet MesInfos propose de répondre à ces questionnements, comme nous l'avons vu en première partie. Cependant, ces questions ont déjà été soulevées au niveau international et quelques solutions ont émergé. Nous nous proposons ici d'en faire la synthèse.

Angleterre : Midata Initiative

Il s'agit de l'initiative anglaise, lancée en 2011, et qui a servi d'inspiration pour le projet MesInfos. Les membres de l'équipe MesInfos et les futurs partenaires ont en effet réalisé un voyage d'études à Londres pour rencontrer les acteurs de cette initiative. Une partie de ce qui suit reprend donc la synthèse de ce voyage⁴⁴.

- **Le but ?** Partager des données personnelles entre les organisations et les individus que ces données concernent, afin que ceux-ci puissent en tirer des bénéfices.
- **Qui ?** Lancé par le gouvernement britannique de David Cameron, en 2011 dans une logique nationale « d'empowerment » du citoyen.

Le fait que l'initiative soit lancée par le gouvernement permet d'asseoir la légitimité de celle-ci et de donner confiance non seulement aux détenteurs de données, mais également aux individus. Cependant, cela peut représenter un frein, les procédures administratives étant plus longues et nécessitant des prises de précautions extrêmes qui peuvent être néfastes dans le cadre d'une expérimentation.

- **Les perspectives et la vision du projet**

- Sécurité

⁴⁴ (24, FING)

- Format lisible par des machines et intelligible
- La stratégie TACT est au centre de cette vision : Transparence / Access / Control / Transfer

➤ **Organisation de MiData**

- Une initiative conjointe du Cabinet Office et du BIS (Department for Business, Innovation and Skills)
- Strategy Board : représentants du gouvernement, des entreprises, des consommateurs...
 - Développe la vision
 - Supervise le programme
 - Organise le débat
- Organisations signataires, plus d'une vingtaine : de Google, Visa, à British Gas etc.
- Des principes affirmés dans la vision (TACT)

➤ **Enseignements et Évolution**⁴⁵

Au début du projet très peu d'organisations se sont réellement impliquées dans le partage, celles-ci préférant la mise en place de services à destination de l'utilisateur plutôt que le réel partage des données⁴⁶.

Cependant l'initiative est toujours en cours et c'est un succès pour le secteur de l'énergie, où tous les grands fournisseurs permettent aux individus d'accéder à leurs données dans un format identique. Le Secrétaire d'Etat pour l'énergie et le climat (Ed Davey) et le Consumer Affairs Minister (Jenny Willott) ont également mis en place un accord avec ces fournisseurs pour que ces formats de données soient transférables automatiquement à des services tiers afin que les individus puissent les utiliser.

De plus, l'initiative dispose d'un pouvoir supplémentaire depuis 2013, date à

⁴⁵ (25, DEPARTEMENT FOR BUSINESS INNOVATION AND SKILLS)

⁴⁶ (26, GUILLAUD et ALBAREDE)

laquelle l' « Enterprise and Regulatory Reform Act » a été adopté. Cet « Act » offre le pouvoir d'obliger les entreprises à rendre les données personnelles à leurs clients si l'administration leur demande. Ceci concerne les entreprises de trois secteurs : énergie, banque (données - comptes courants et carte de crédit) et téléphonie mobile. Si le programme était uniquement volontaire avant cet « Act », l'administration peut maintenant obliger les entreprises à rendre les données aux individus. Cependant, selon les membres de MiData, cette pression n'est pas nécessaire aujourd'hui, la majorité des entreprises à qui ils en font la demande étant volontaire. Par exemple, dans le secteur bancaire, les cinq plus grandes banques se sont engagées à fournir à leurs clients leurs données sous un format unique à travers MiData d'ici à mars 2015.

Etats-Unis : Smart Disclosure

Santé et Self Data : L'exemple du « Blue Button » aux Etats-Unis

En janvier 2010, Markle — une association américaine travaillant sur les mutations des secteurs de la sécurité et de la santé à travers le prisme des technologies — lance à New York un atelier où différents acteurs privés, institutionnels et associatifs se regroupent sur le sujet de l'engagement du consommateur dans le secteur de la santé.

Le fruit de ce groupe de travail ? Le Blue Button, ou du moins l'ébauche du Blue Button, un dispositif permettant aux patients de récupérer facilement leurs données de santé auprès de ceux qui les détiennent (labos, hôpitaux...), en cliquant tout simplement sur un bouton bleu, bien visible sur les sites de ces derniers.

Quelques mois plus tard, en août 2010, le premier détenteur de données se lance et implémente son Blue Button. Il s'agit du « Department of Veterans Affairs », soutenu par La Maison-Blanche. D'autres vont



suivre, permettant à plus de 150 millions de patients américains de pouvoir télécharger leurs données en 2014.

Cette première initiative a ouvert des potentiels d'applications pour d'autres secteurs que la santé. Elles sont soutenues et réunies par le gouvernement américain sous le terme «Smart Disclosure»⁴⁷:

	La santé : Blue Button, lancé en 2010, récupération de ses données de santé rendue possible pour 150 millions d'américains.
	L'énergie : Green Button lancé en 2012, permet à 60 millions d'américains de télécharger leurs données de consommation énergétique sur le site de 48 fournisseurs d'énergie partenaires.
	La fiscalité : Get Transcript, lancé en 2014, permettant d'accéder à ses 3 dernières années d'informations fiscales.
	L'éducation : lancé en 2012, MyStudentData (pour les données concernant les prêts étudiants) et MyData Button (pour les données propres à chaque détenteur : école, centre de formation...)

Le Blue Button est donc centré sur le retour des données santé aux individus, mais de quels types de données s'agit-il ? Chez qui peuvent-ils les récupérer ?

Regroupés dans le programme « Blue Button Pledge », plus de 500 partenaires se sont engagés à soutenir l'initiative. Ils sont soit associés au projet en tant que partenaires « simples » — dans le but de sensibiliser les individus à l'initiative — soit associés en tant que détenteurs de données.

Les détenteurs de données comprennent des organismes de prise en charge des frais de santé (Veterans Affairs, Medicare, et leurs homologues privés), des hôpitaux, des praticiens, des laboratoires médicaux, des pharmacies... Les données qu'ils fournissent sont d'une part médicales — allergies, opérations médicales subies, vaccins, traitements et prescriptions, signes vitaux... — et concernent d'autre part les informations de remboursement.

Sous quel format les individus peuvent-ils récupérer leurs données ?

⁴⁷ Smart Disclosure : divulgation intelligente des données vers les citoyens, qu'il s'agisse d'open data ou de données personnelles <<http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/inforeg/for-agencies/informing-consumers-through-smart-disclosure.pdf>>

Pour qu'une telle initiative soit possible et qu'elle permette la réutilisation des données par les individus, elle nécessite : une cohérence entre les détenteurs et un consensus sur la façon de présenter les données, bref un format standard de présentation des données.

À ses débuts, en 2010, le Blue Button a pris le parti original de ne pas spécifier de format. Les données étaient disponibles dans deux formats : en "texte brut", ou en "PDF" — plus lisible pour les individus. Depuis, plusieurs initiatives parfois concurrentes se sont succédé pour proposer une structure à ces données précises et variées.

Dès 2013, le BlueButton+ désigne le format « C-CDA » (XML) de l'organisme HL7, spécialisé dans la définition de standards de données santé. Il spécifie également l'accès aux données sous le sigle V/D/T (Visualiser, Télécharger, Transmettre directement aux services). Cependant, cela ne concerne pas encore les informations de remboursement, qui restent pour le moment au format du détenteur.

Comment les individus peuvent-ils utiliser leurs données ?

Ce format va permettre de nouveaux usages. En effet, si le premier usage à partir du format texte ou PDF a été la simple impression des données, l'initiative vise bien autre chose : le développement de services tiers « Self Data »⁴⁸ qui lisent le format pour proposer à l'individu une exploitation et/ou un partage de ses données de santé, qu'il peut contrôler, utiliser à ses propres fins. Pour réaliser cet objectif, le gouvernement a soutenu des concours qui récompensaient des services et design innovants. Aujourd'hui, un marché s'est constitué.

Quelques exemples : des coffres forts de données permettant le partage avec famille, amis et médecins (CareSync ou IBlueButton) ; des services stockant les informations d'urgence - groupe sanguin, allergies - pour une visibilité maximale en cas d'accident (CORAlink ou My911 Health) ; d'autres encore, comme emrAnyWhere, agrègent les données des objets connectés avec celles du Blue Button et aident le patient, à partir des conseils d'un médecin, à atteindre ses buts de santé.

⁴⁸ Selon la définition de la Fing « L'expression "**Self Data**" désigne la production, l'exploitation et le partage de données personnelles par les individus, sous leur contrôle et à leurs propres fins : pour mieux se connaître, prendre de meilleures décisions, évaluer leurs décisions passées, se faciliter la vie, etc. »

Self Data et Énergie, l'exemple du Green Button

Directement inspirée par l'initiative Blue Button, c'est en septembre 2011 que la Maison-Blanche lance un appel au secteur de l'énergie avec le « White House Call To Action », soit un défi lancé à cet écosystème pour l'implémentation d'un Green Button qui fournirait aux consommateurs un accès simple à leurs données énergétiques.

Quelles données ?

Le Green Button se concentre sur les données de consommation d'électricité (énergie consommée sur un intervalle de temps court), détenues par 48 fournisseurs de différents États. Ces données sont désormais accessibles sur les sites de ces derniers, et ce, pour 60 millions d'Américains.



Quel standard ?

C'est en octobre 2011, seulement un mois après l'appel de la Maison-Blanche et sous l'impulsion du « Department of Energy » qu'un standard est adopté par le North American Energy Standard Board (NAESB). Des organisations et communautés diverses y travaillaient cependant déjà depuis 2010 et ont été mobilisées pour l'occasion. Le Green Button est donc parti d'un effort de normalisation (au contraire du Blue Button) qui aboutit au format « ESPI ».

Quels usages ?

Rapidement, des services tiers « Self Data » se sont développés, les données téléchargées étant lisibles dès le début par des machines. Mais à ce stade, les individus devaient télécharger les données régulièrement pour les transmettre eux-

mêmes aux services, c'est-à-dire mettre à jour manuellement leurs données. En décembre 2012, de la même manière que BlueButton+, *Green Button Connect My Data* permet aux individus de connecter automatiquement le service tiers de leur choix à leurs données.

Encouragés par le gouvernement qui organise des concours réguliers depuis avril 2012, les services tiers sont nombreux et visent tous à aider les individus à réduire leur consommation d'énergie en la visualisant, en conseillant, en proposant d'acheter des certificats d'énergie renouvelable (Leaffully), ou encore en faisant de cette réduction un jeu (Opower).

À noter que les individus ne sont pas les seuls utilisateurs du Green Button, qui est disponible pour les commerces et les administrations. De plus l'initiative a été reprise au Canada, dans la province d'Ontario.

Les autres acteurs de l'Ecosysteme

CTRL SHIFT : Cabinet de consultant anglais, aidant les organisations à embrasser les opportunités de l'économie des données personnelles pour créer de la valeur. À l'aide d'études de marché, de consultations privées et d'une veille permanente sur le sujet. Ses clients vont de la Royal Bank of Scotland, Nesta ou encore le Department of BIS, coordinateur de MiData.

PERSONAL DATA ECOSYSTEM CONSORTIUM (PDEC) : Fondé en 2011, il réunit des start-up, des individus et des entreprises, afin de défendre une approche "centrée usagers" quant au management des données personnelles. Veille et réflexion, à travers sa communauté, sur de possibles modèles de revenus, cadres légaux, normes comportementales...

PROJECT VRM : Programme de recherche initié en 2006 par le Berkman Center for Internet and Society appartenant à l'université de Harvard, « le "Project VRM" (Vendor Relationship Management) a pour objectif d'étudier les méthodes et les outils qui fournissent plus d'indépendance au conso-acteur dans ses relations

commerciales, et engagent les vendeurs dans cette démarche. »

Le VRM représente « l'ensemble des outils, processus et services permettant aux clients (consommateurs) de mieux connaître les vendeurs, et plus largement toutes les organisations structurées avec lesquelles ils sont en contact, ou souhaitent entrer en relation, dans un objectif de "mieux consommer" » (Louvet, Petzl et Réguer, 2010).

Le mouvement est propulsé par Doc Searls, au sein de la communauté VRM, constituée de membres de l'écosystème et de tout individu voulant y participer, à travers des événements, un réseau et des mises en contact, une liste de diffusion, une veille accrue et des articles produits par les membres de la communauté.

NSTIC (NATIONAL STRATEGY FOR TRUSTED IDENTITIES IN CYBERSPACE) :

Mené par la Maison-Blanche, il s'agit d'une communauté issue du secteur privé, de lobbies, de consultants, d'organisations publiques, etc. Son but ? Améliorer la « privacy », la sécurité, et la facilité des transactions en ligne. Pour cela, les individus et les organisations doivent utiliser des solutions d'identification sécurisées, interopérables, efficaces et faciles d'utilisation afin de promouvoir la confiance, la « privacy », l'innovation. Il s'agit donc d'un « Identity Ecosystem », soit un environnement en ligne qui permet aux individus et aux organisations de se faire confiance, car ils souscrivent aux mêmes standards dans le but d'obtenir et d'authentifier les identités numériques.

RESPECT NETWORK : Respect Network construit le premier réseau de confiance sur les données personnelles. Ses membres, individus comme entreprises, souscrivent au « Respect Trust Framework », un modèle qui détaille le partage des données personnelles et peuvent ainsi afficher sur le site le « label » Respect Network, prouvant qu'ils ont signé la charte ou « framework », récompensée en 2011 par le Privacy Award de l'European Identity Conference)

La plupart des membres des trois types d'acteurs que nous avons vus (détenteurs, individus, services tiers) se retrouvent dans les communautés et initiatives que nous venons de voir. Dans la sous-partie suivante, nous allons nous concentrer sur le troisième type d'acteurs, les services tiers.

B) LES SERVICES SELF DATA : VALEUR D'USAGE POUR LES INDIVIDUS

Selon Louise Merzeau⁴⁹, l'individu a besoin de trois choses pour se « réapproprier » ses données :

« La réappropriation va consister à transformer cette logique du stockage en écriture mémorielle. Cela suppose que soit d'abord restauré un droit de désactiver les traces afin de les soustraire aux effets de la décontextualisation. Doivent ensuite se développer des pratiques d'adoption, par lesquelles les utilisateurs transforment les traces déposées en traces récoltées. Afin de ne pas se laisser enfermé dans sa propre traçabilité, l'individu doit enfin recourir à la médiation de collectifs mémoriels pour donner aux traces une dimension documentaire ou patrimoniale. Développer cette compétence numérique revient à anticiper sa traçabilité au lieu de la subir : faire trace, pour substituer à l'identité le plein exercice d'une présence. »

Ainsi, il a besoin de :

- Pouvoir désactiver ses traces
- Récolter ses traces
- Transformer ses traces, pour leur donner de la valeur. Ce que Louise Merzeau nomme « Intelligence des traces »

C'est ce troisième point que nous allons voir ici : sans services tiers, pas de Self Data ! car peu de gens savent et/ou ont le temps d'agréger les données qui leur sont rendues, de les lire, de les interpréter, de leur donner du sens pour leur propre usage. Louise Merzeau pose d'ailleurs la question : « Qui a les moyens d'assurer la conversion des traces en documents ? Est-ce du ressort des firmes, des individus, du collectif ? », et parle d'ailleurs de « médiation ». Ces services tiers offrent-ils une médiation entre les données des individus et les individus eux-mêmes ?

⁴⁹ (27, MERZEAU)

L'importance de ces services tiers n'est donc pas négligeable. La sous-partie suivante se propose de les observer de plus près.

Les données utilisables par les services Self Data

Pour être qualifié "service Self Data", il faut que celui-ci utilise les données personnelles de l'individu et lui propose un service basé sur celles-ci. Ces propositions sont toutes celles dont l'usage peut fournir une information utile aux individus, telles que⁵⁰ :

- « **Consommation** : ce que j'ai acheté, où, quand, pour combien – mis en relation, par exemple, avec des informations sur l'origine, les composants, les caractéristiques nutritives ou sanitaires, le bilan carbone... ou autre exemple les garanties en cours qui couvrent différents produits techniques.
- **Finances** : mes avoirs, mes flux financiers, leur origine et destination, consolidés à partir de tous les établissements auprès desquels j'ai un compte, mes polices d'assurance, les dossiers en cours...
- **Communication** : mes appels, mes SMS, mes messages (y compris leur horodatage et géolocalisation !), mes publications, commentaires et autres contributions sur le web et les réseaux sociaux...
- **Navigation sur le web** : les sites que j'ai visités, mes requêtes auprès de moteurs de recherche, mes téléchargements, les informations que j'ai transmises et recueillies en ligne, les traces captées (jusqu'ici) à mon insu...
- **Formation et emploi** : mes diplômes, mais aussi toutes les autres preuves de compétences (les formations suivies, les projets menés à bien, les éloges reçus de mes partenaires); mon itinéraire professionnel, mais aussi mes autres

⁵⁰ (28, FING)

activités, associatives, sportives, culturelles... à mettre en valeur, ou au contraire à masquer, en fonction de mes interlocuteurs et de mes objectifs.

- **Santé et bien-être** : bilans médicaux, mesures personnelles (poids, taille, tension...), prescriptions, etc., que l'on peut, même en l'absence de toute pathologie, croiser utilement avec ce que l'on sait de son alimentation et de sa mobilité pour, par exemple, imaginer les manières de vivre une vie plus saine.
- **Mobilité** : ma géolocalisation, mes itinéraires, les moyens de transport que j'ai utilisés... reliés, par exemple, à des systèmes d'information qui m'aident à choisir les meilleurs modes, à un calculateur de mon " empreinte écologique " – mais aussi, pourquoi pas, croisés avec les données relatives à mes communications pour imaginer de meilleures manières d'organiser mon temps, mes rythmes et lieux de travail...
- **Données d'assurance** : mes contrats, mes tarifs, les caractéristiques de mon logement, de mon véhicule, mes sinistres...
- **Énergie** : ce que je consomme, quand, auprès de qui, à cause de quels appareils, afin, par exemple, d'imaginer les moyens de payer moins cher, ou de vivre plus " vert ".
- ... »

Ces données peuvent être récoltées de plusieurs manières différentes. Tout d'abord, le détenteur de données rend à l'individu (son client) ses données dans un format lisible par des machines. Ce sont les données les plus difficiles à obtenir et c'est ce que le projet MesInfos tente de démocratiser. Certains services parviennent à capter ces types de données auparavant détenues uniquement par les détenteurs, sans pour autant avoir accès aux données « rendues ». Ainsi les données présentes sur les comptes bancaires par exemple, peuvent être captées par le service.

Le service peut lui aussi récolter lui-même les données personnelles de l'individu, là où le service est installé : le smart phone, l'ordinateur (et avec son

accord toujours). Par exemple les données de géolocalisation et les données de navigation.

Enfin, L'individu peut connecter ses objets « quantified self », qui récoltent des données personnelles, directement au service.

De plus, ces services ont intérêt à croiser les données disponibles en Open Data, et à croiser les données de chaque individu avec celles des autres, afin de proposer une valeur d'usage plus grande, en terme de comparaison, d'analyse.

Les domaines d'usages déterminés

Ces données sont donc utilisées par les services Self Data qui promettent la création d'une valeur d'usage pour l'individu.

Selon Louise Merzeau, qui se pose la question de la réappropriation de leurs données par les individus, *c'est d'une régulation par les usages qu'il faut attendre les solutions* et non pas attendre de solutions d'une régulation juridique, car :

« Même quand nous en sommes juridiquement propriétaires, elles nous sont confisquées par les conditions générales d'utilisation des plateformes. « Les CGU tirent leur force du fait qu'elles ne sont pas négociables par les utilisateurs des services en ligne et qu'une fois acceptées, l'utilisateur se trouve lié à ces règles par sa propre volonté » (Maurel, Fradin et Boucharlat, 2012). »

C'est donc par le prisme de l'usage que l'on peut faire des données personnelles, que nous allons regarder de plus près l'écosystème SelfData. L'expérimentation MesInfos a permis de mettre en place une typologie des différentes valeurs d'usage produites par les services Self Data. C'est sur celles-ci que nous nous appuierons pour organiser les différents services identifiés par la veille.



Gestion et commodité : gérer ses documents et sa paperasse ; mettre à jour ses données automatiquement auprès des interlocuteurs ; remplir automatiquement les formulaires en ligne tout en contrôlant ce qu'on transmet ou non à chaque entreprise...

Contrôle : protéger ses données, savoir ce que l'on sait de soi pour éventuellement le corriger ou le faire supprimer, maîtriser ce que l'on transmet ou non...

Connaissance de soi : suivre l'évolution de ses performances sportives; comprendre les mécanismes qui influent sur notre humeur ou notre santé; (se) raconter sa semaine au travers des lieux qu'on a fréquentés, de ce qu'on a acheté et de ses pratiques en ligne; faire son bilan de compétences et d' "employabilité " ; se comparer à d'autres sur les critères qui comptent pour nous...

Conscience : calculer son empreinte écologique et faire des choix pratiques (énergie, mobilité, consommation...) pour la réduire; réussir à consommer bio ou " éthique " sans y passer des heures ni payer trop cher...

Vivre une expérience : découvrir, ressentir, faire partager, vivre une expérience ludique, émotionnelle grâce à ses données.

Contribution : mettre à disposition ses données de santé au service d'une étude clinique (comme le font les utilisateurs de PatientsLikeMe), ses données de mobilité au bénéfice de cartographies urbaines dynamiques, sa géolocalisation pour alimenter Open Street Maps...

Décision et action : comparer des offres en fonction de son mode de vie (par exemple, des tarifs téléphoniques en fonction de son réel historique de communications mobiles), choisir un endroit où habiter, exprimer ses projets ou ses intentions d'achat à un marché et attendre des propositions venues de plusieurs fournisseurs; organiser son temps et ses déplacements, optimiser sa consommation globale d'énergie, gérer son budget et ses finances, déclarer ses impôts en deux clics, envoyer un CV personnalisé, renégocier des contrats...

Les services existant aujourd’hui, mais ne se réclamant pas forcément du même mouvement :

Une veille soutenue a permis d’identifier de nombreux services qui utilisent les données personnelles des individus pour leur proposer une de ces valeurs d’usage.

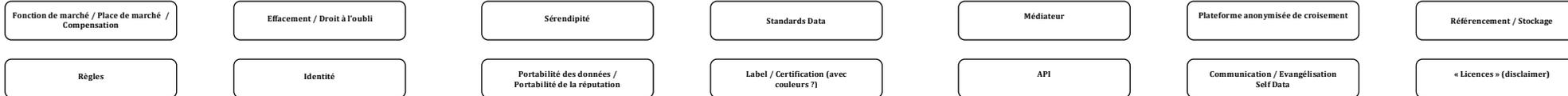
Le nombre de ces services est conséquent, et demanderait une veille sur le long terme. Malheureusement, ces services ne se déclarent pas aujourd’hui comme appartenant au mouvement Self Data et ne se regroupent pas comme étant ré-utilisateurs de données personnelles au service des individus.

La Fing, pour démocratiser ce mouvement, a par exemple acheté le nom de domaine SelfData et se propose, dès qu’une communauté se formera, de l’offrir à cette dernière. Un regroupement de ces services, une auto-déclaration de ceux-ci comme appartenant à ce mouvement permettrait non seulement une meilleure visibilité pour leurs utilisateurs, mais également une prise de contact plus évidente pour réfléchir ensemble aux questions soulevées (voir partie suivante : les défis). Leur dispersion actuelle, leur manque de typologie ne le permet pas aujourd’hui.

Voici donc une première tentative d’identification de ces services sous forme de cartographie, avec quelques exemples de services par valeurs d’usage, complétée par les passerelles et les besoins communs de ces services, qui ont été imaginés lors de l’atelier MesInfos du 24 septembre 2014.

Le paysage du « Self Data »

échantillon de services (par domaines d'usages), passerelles et besoins communs



Légende

- Domaine d'Usage (Gestion ; Contrôle ; ...)
- Service (nom ; description ; mots-clés)
- Service ajouté pendant l'atelier

- Possibles passerelles, ajoutées pendant l'atelier, plus de détail avec les numéros (1 à 5)
- Besoins communs identifiés pendant l'atelier

- 1) Cozycloud => Privowny : apport de nouvelles données réutilisables, distribution.
- 2) Plateforme, PDS => Cheap Energy Club : pour un comparateur, diversification de sa comparaison sur la base d'autres données partagées.
- 3) Connaissance de soi => Contribution => Conscience : agir en contribuant peut permettre d'agir selon mes valeurs.
- 4) Gestion => Contribution : mes données à la recherche, c'est bien mais je veux aussi les utiliser ailleurs.
- 5) Connaissance de soi => Décision et Action : pourraient particulièrement avoir du sens avec les données d'opérateurs télécom.



Que nous apprend cette cartographie ?

À quoi sert cette cartographie ? Cette cartographie cherche à donner un aperçu de l'univers du self data, à nous aider à nous interroger ensemble sur l'existence de cet univers et à déterminer s'il est cohérent et autour de quoi il s'articule.

Comment avons-nous réalisé cette cartographie ? Pour réaliser cette cartographie, nous avons fait une veille, fouillé le web afin de constituer un échantillon représentatif de services autour des données personnelles.

- Un premier travail de cartographie avait été réalisé, sur lequel nous nous sommes appuyés ;
- D'autres initiatives type project VRM, Personal Data Ecosystem Consortium disposent également d'une liste de services autour des données personnelles.
- Une fouille par mots-clés sur les moteurs de recherche, dans les guides type Quantified Self Guide, App Store ou Google Play,
- etc.

Quels résultats pour cette recherche ? Les services autour des données personnelles sont très nombreux, mais centrés principalement autour des données personnelles actives, c'est à dire renseignées par l'individu. Si nous en avons inclus certains, nous nous sommes surtout concentrés sur les services utilisant des données passives, c'est à dire collectées automatiquement, à travers les smartphones, objets connectés, ou récupérées par d'autres intermédiaires.

Comment s'organise la cartographie ?

- En forme de ruche, pour représenter un univers du self data multiple où l'activité est dense.
- À un domaine d'usage correspond une couleur.
- Une alvéole = un service. Quelques exemples de services par domaines d'usage. Comme base nous avons donc sur cette cartographie : le nom et une

courte description (la promesse du service), quelques mots-clés, avec souvent le type de données personnelles utilisées (ex : santé, finance, énergie)

- **Gestion (en bleu sur la cartographie)**

Administrer son quotidien et ses informations

“J'accède à tout moment à mes papiers, factures, contrats, garanties, historiques... Je peux naviguer dedans et m'en servir, par exemple, pour fournir une preuve d'achat, prouver un droit ou simplement, me faciliter la vie”

- Gérer facilement ses papiers, ses contrats, ses garanties... ou rassembler des documents en vue d'un gros achat
- Naviguer dans ses traces, ses données, ses relations
- Reconstituer automatiquement un voyage à partir de ses photos, sa localisation, ses factures d'hôtel, son agenda...
- Valoriser des compétences à partir de ses traces (e-Portfolio)
- Faciliter l'organisation d'une colocation ou d'une soirée entre amis

Observations : le domaine gestion présente la plus grande variété de services utilisant toutes sortes de données personnelles différentes. On a tout ce qui est de l'ordre du coffre-fort, de l'agrégateur de données personnelles, c'est-à-dire des services qui centralisent les données personnelles pour faciliter le quotidien des individus : en terme de budget, de santé, de vie quotidienne.

Exemples :

Mint : Données bancaires / Gestion des dépenses et des comptes bancaires. Possibilité d'avoir différents comptes sur une même interface online ; Mint télécharge les données, catégorise les transactions, permet de visualiser les postes de dépenses, par détail ou catégorie.

Sher.pa : Email, Calendrier, Géolocalisation/ Assistant personnel, croisant différents types de données. En lien avec paypal pour réaliser des transactions directement via Sherpa.

Caresync : Dossiers médicaux / Agrégation et stockage des dossiers santé venant de sources multiples puis possibilité d'ajouter un service personnalisé d'organisation de ces données

- **Contrôle (en rouge sur la cartographie)**

Maîtriser ses identités numériques et ses données personnelles

“Qui sait quoi sur moi ? Qui a accès à mes données, et pour en faire quoi ? C'est à moi de décider ce que les organisations ont le droit de faire de mes données, pas l'inverse !

Je veux aussi jongler entre mes différentes identités simplement et en toute sécurité, prouver que j'ai des droits sans dévoiler qui je suis, ne pas avoir à ressaisir la même information pour la 1000e fois....”

- Être alerté de l'utilisation de ses données personnelles par une entreprise tierce
- Gérer ses comptes et ses identités numériques
- Prouver quelque chose sans avoir à dévoiler son identité
- Etablir la véracité d'un commentaire ou d'une contribution en ligne à partir de justificatifs issus de ses données
- Permettre aux individus d'élaborer les CGU de leurs propres données, que les organisations devraient signer avant de les collecter et les utiliser

Observations : Probablement le domaine le plus visible dans nos recherches, surtout autour de l'identification et le blocage des « trackers ». Donc « contrôle » surtout dans le sens de protection et fédération d'identité, utilisant les données de navigation et de réseaux sociaux.

Exemples :

Lightbeam par Mozilla : Données personnelles Navigation / Crée un historique de chaque site visité et offre une visibilité sur les sites tiers qui suivent vos traces. "See

who is tracking you". Création d'une base de données pour établir un état du tracking dans le web actuel

CitizenMe : Données personnelles Réseaux Sociaux / Permet de contrôler ses identités numériques, de suivre les mentions légales des applications installées sur nos téléphones (type Facebook), de nous alerter lorsqu'elles changent et de changer facilement nos paramètres si ces mentions légales nous paraissent dommageables. Offre également une visibilité sur nos identités numériques : "mesure de notre personnalité" à travers chiffres, textes et courbes.

- **Connaissance de soi (en orange)**

Mieux se connaître pour agir

"Je visualise de manière intelligible, parfois ludique, mes traces, mes consommations, mes compétences, ma santé... Je peux aussi mesurer mon sommeil, mon activité physique, mon attention. Toutes ces traces iront alimenter mon coffre-fort personnel, et générer de nouvelles représentations"

- Obtenir une vision "à 360°" de ses consommations
- Se fixer des objectifs pour rester en bonne santé, optimiser son budget, ses connaissances...

Observation : Principalement de la visualisation de ses données personnelles (surtout santé, mais aussi vie quotidienne avec les lifelog) sur un dashboard, avec souvent une fonction de conseils pour atteindre ses buts.

Exemples :

Chronos : Divers (géolocalisation, notes, réveil, etc.) / Data Collector : visualiser automatiquement la façon dont vous gérez votre temps - Chronos s'installe en toile de fond de votre téléphone pour capturer automatiquement tous les moments de votre journée et vous aider à atteindre vos objectifs

Tictrac : Divers (finance, famille, carrière, social, bien-être, hobby, fitness) / Agrégateur de données de plusieurs entreprises partenaires.

- type : applications/sites web (Facebook, Google, LinkedIn, etc.) ou objet connecté : Propose une visualisation, une comparaison avec autres utilisateurs et aide à accomplir des objectifs via des projets en association avec les entreprises partenaires. Permet également de partager ses D.P avec médecins, assurances, employeur, coach, etc. afin qu'ils proposent leurs conseils et offres en accord avec les D.P de l'individu.

Exist : Divers - Santé via objets connectés + musique écoutée + géolocalisation + autres (nombres de tweets, etc.) - / Agrégateur de données (objets connectés + musique écoutée + géolocalisation + autres - nombres de tweets, etc.), trouve des connexions entre les données pour proposer visualisation et conseil pour améliorer sa vie quotidienne, son bien-être.

- **Conscience (en vert)**

Vivre avec ses valeurs

“Je mesure mon empreinte carbone (ou l'éthique de mes achats) et bénéficie d'outils et de conseils pour la réduire. Je visualise ce que je consomme, et suis coaché pour atteindre les objectifs que je me suis fixés”

- Consommer plus “vert” ou plus “éthique”
- Révéler ses routines quotidiennes et se voir proposer des solutions alternatives de déplacement, de consommation, mais aussi des conseils personnalisés.

Observation : Conscience : surtout écologie, énergie, et finalement ressemble beaucoup à gestion avec le bonus de faire quelque chose de bien pour la planète.

Exemples :

Opower : Factures des fournisseurs d'énergie / Propose des rapports pour visualiser sa consommation d'énergie, propose des conseils pour la réduire, propose de comparer avec les autres

Leaffully : Leaffully, en partenariat avec vos fournisseurs d'électricité, vous fournit régulièrement des rapports visuels sur votre consommation et vous aide à réduire votre empreinte carbone en vous permettant d'acheter des certificats d'énergie renouvelable.

Social Impact : Géolocalisation / Utilise votre géolocalisation pour vous proposer une liste de magasins considérés comme des entreprises sociales.

- **Décision et action (en rose)**

Faire les bons choix, et les appliquer

“Je compare les offres et les décrypte avec d'autres individus, j'exprime mes intentions d'achat et invite les vendeurs à y répondre, j'achète “à plusieurs” avec des individus qui me ressemblent... Mes démarches longues et complexes sont simplifiées, mes choix, mieux éclairés : je ne me perds plus dans la jungle des tarifs et des offres commerciales”

- Décrypter les offres des assureurs, opérateurs de téléphonie, transporteurs, banques ... en comparant ses données avec celles de milliers (millions) d'autres
- Mettre en place des systèmes d'enchères inversées et d'achats groupés entre individus, sur la base de leurs données partagées
- Publier ses intentions d'achats à partir de ses propres données, et attendre les propositions des fournisseurs en temps réel ! (“Intentcasting”)
- Valoriser des compétences à partir de ses traces (e-Portfolio)
- Effectuer un “gros achat” aidé d'un “Quart de confiance”, qui trie les offres, m'aide à penser à tout, m'alerte en cas de dépassement de budget...

Observation : Décision et Action est principalement représenté par l'intentcasting. La partie "se baser sur ces données personnelles pour choisir entre les offres" repose beaucoup sur les données actives, renseignées par l'individu qui doit dire combien il paye, où il habite, etc. pour que le service lui propose une meilleure offre.

Exemples :

Cheap Energy Club, au contraire, permet de trier les offres avec DONNÉES PERSONNELLES automatiques : Energétiques perso (contrat, dépenses) + données marché énergie/ - En se servant du détail de la consommation d'énergie de chaque utilisateur, ce service croise les données du marché de l'énergie pour s'assurer que les consommateurs profitent de la meilleure offre.

CTRLio : Diverses (facture téléphone, géolocalisation...) / Service Individu/Entreprise. Pour les individus : service aidant à organiser ses identités numériques et à utiliser les informations qu'elles contiennent pour contrôler le partage de ses données personnelles auprès des entreprises (dans un Personal Information Organiser) // Pour les entreprises : le service leur permet de recevoir ces données afin de créer des offres personnalisées pour les consommateurs. Ces offres leur seront proposées- le consommateur choisit - et les deux s'engagent dans un partenariat de données, où l'entreprise fournit le Personal Information Organiser du consommateur en données de qualité.

- **Vivre une expérience (en violet)**

Découvrir, ressentir, faire partager...

"Je cherche la commodité, mais pas seulement : étonnez-moi, faites-moi vivre de nouvelles expériences grâce à mes données ! Je veux être surpris, découvrir de nouveaux lieux, de nouvelles personnes, m'amuser, m'émouvoir, apprendre sans le savoir..."

- Visualiser ses dépenses, sa consommation, ses déplacements... de manière sensible, ludique, "humaine"
- Cartographier ses traces, leur donner du sens nouveau

- Se voir proposer des parcours culinaires, cinématographiques, géographiques... grâce à l'historique de ses traces

Observation : Vivre une expérience est sous représenté. Il existe beaucoup de service de propositions de parcours cinématographique, mais il va falloir que je saisisse mes données (données personnelles actives) . Vivre une expérience est surtout représenté par le principe de gamification de ses données personnelles, de ses activités.

Exemples :

Saveup : Données bancaires / Gestion de ses données bancaires sous forme de jeu avec récompenses. Permet d'économiser et de réduire ses dettes sous la forme d'un jeu qui aide à atteindre ses buts et offre des récompenses une fois le but atteint (voyages, voitures, etc.). Disponible pour les clients de près de 18 000 institutions financières partenaires.

Zombies, run ! : Musique, Géolocalisation, Mouvements (capteur dans smartphone = objet connecté) / Immerge le coureur dans un jeu/histoire de fuite contre les zombies - en utilisant certaines données personnelles – et propose une visualisation de ses courses.

- **Contribution (en jaune)**

Alimenter la production de connaissances collectives /

“Je peux partager certaines de mes données, anonymisées, pour contribuer à une étude sur la santé, les déplacements urbains, les habitudes de consommation...”

- Partager ses données de manière anonyme avec des milliers d'autres pour contribuer à des études cliniques ou urbaines
- Contribuer automatiquement à des bases de données collaboratives comme Open Street Map ou Open Food Fact

- Contribuer à des bases de données anonymisées, qui permettent à d'autres utilisateurs de se comparer et de décrypter des contrats d'assurance, par exemple

Observation : Contribution est surtout représentée par la santé et finalement ressemble beaucoup à connaissance de soi (une visualisation) avec le bonus de participer à la recherche.

Exemples :

Openpath : Géolocalisation / Stockage et visualisation de sa géolocalisation avec possibilité de partage avec des initiatives/projets de recherche, projets culturels, éducatifs... Les chercheurs travaillent sur des problèmes tels que réaction aux catastrophes naturelles, flux de trafic, urbanisme, transmission de maladie, etc.

Mappiness : Géolocalisation, Sons ambiants (enregistrés par le microphone du smartphone) + Sondage d'humeurs / Mappiness vous interroge quelques fois par jours pour connaître votre humeur et croise ces données avec votre géolocalisation et le son ambiant qui vous entoure pour enrichir une base de données destinée à la recherche sur les effets de l'environnement local sur l'humeur.

Cette veille démontre donc qu'il existe déjà des services Self Data et que ceux-ci peuvent être organisés selon une typologie d'usage. Cependant, peu de ces services se reconnaissent comme faisant partie du même écosystème, et n'ont donc pas créé de réseaux communs qui pourraient pourtant faciliter leur évolution.

C) SERVICES SELF DATA : MODELES DE REVENUS

Ces services ont une valeur d'usage pour les individus, mais ils restent des services à but commercial. Cela se fait-il au détriment de la valeur d'usage de l'individu ? Comment concilier aspect commercial et éthique vis-à-vis des données des individus ? Ces services se doivent d'être des « services tiers de confiance » si le but de rétablissement de la confiance entreprise/individu/service veut être atteint. Donc, respecter des standards, particulièrement dans leurs business models.

Nous proposons ici une cartographie des différents modèles de revenus des services Self Data existants.

À noter : trois points :

- Il s'agit d'un échantillon, pour observer ce qui existe déjà en terme de modèle de revenu sur le marché des Self Data, ce n'est pas exhaustif.
- Les modèles de revenus des services ne sont pas des informations forcément faciles à trouver, je tiens donc à préciser que
 - certains de ces "business modèles" sont en construction (c'est précisé sur l'alvéole).
 - les infos, lorsqu'elles ne sont pas disponibles sur le site web, ont été récupérées dans des articles, interviews des fondateurs des services.

Malgré ces deux derniers points, cette veille a permis d'appréhender un premier paysage des "business models" du marché des services self Data.

Quel paysage ? On observe 4 grands types de "business model", représentés sur cette cartographie.

Du point de vue individu on a deux modèles plus ou moins payants :

- En haut, au centre : en bleu : le modèle **freemium**
- En bas, au centre : en orange : le modèle **payant**

Et deux modèles gratuits, financés autrement que par les individus :

- A gauche : en vert : le modèle **commission**
- A droite : en violet : le modèle **partenariat**, avec entreprises ou organisations.

À noter :

Il existe un autre modèle de revenus qui a émergé de notre veille : le modèle vente directe des données personnelles. Il a été délibérément exclu de cette cartographie, nous y reviendrons plus tard.

Chaque type de "business model" est entouré de 6 exemples, dans les alvéoles.

Le détail de quelques services se retrouve sur les zooms

Commençons l'analyse par ce qui est plus ou moins payant pour les individus : les deux modèles du centre.

LE FREEMIUM

Pour un des modèles de revenus courants sur internet, il s'agit d'offrir une version gratuite du service ainsi que des versions payantes qui proposent plus d'options.

En zoom, Caresync, un service américain qui permet d'agrèger vos données santé et de les stocker.

Caresync est la start-up porteuse du service du même nom. Ce service fait intervenir différents acteurs :

- Tout d'abord les hôpitaux, médecins, assurances et autres détenteurs de vos données santé, qui sont sollicités par Caresync pour vous rendre ces données.
- Les individus : qui partagent leurs données avec leurs médecins, leurs familles, mais sont également ceux qui renseignent le nom des détenteurs de données à contacter par Caresync.

3 modèles de revenus pour l'entreprise : gratuit, 99\$ one shot, 19\$/mois ou 199\$/an tout compris, long terme.

Le modèle est donc assez simple, ce sont les individus qui payent pour celui-ci. Les hôpitaux et autres détenteurs de données personnelles santé profitent eux du service, car les rendez-vous médicaux se passent de manière bien plus efficiente si le patient arrive informé, avec son historique de santé sous la main.

LE PAYANT

Il s'agit pour les individus de payer pour le service, par abonnement mensuel, annuel ou alors en une seule fois.

En zoom, Personal, qui offre un service de plateforme sécurisée de stockage et de gestion de ses DONNÉES PERSONNELLES, un coffre fort numérique pour vos données.

Comment ça marche ? Personal est en lien avec des entreprises pour qu'elles intègrent l'agrégation - par Personal - des DONNÉES PERSONNELLES des individus. Plus de 300 entreprises allant de United Airline à Walmart. - Personal agrège également les DONNÉES PERSONNELLES individus des réseaux sociaux (Facebook, etc.) et du Ministère de l'Éducation (au niveau des prêts étudiants).

Comment Personal se finance-t-il ? Tout simplement en faisant payer les individus qui l'utilisent : 2\$99/mois, 29\$99/an.

Petite note : Personal disposera également d'un service pour les entreprises (Personal Enterprise Solution), permettant un financement par partenariat, rendant le service gratuit.

LES PARTENARIATS

Ce modèle est un peu plus compliqué, et varie selon les services. Nous proposons aujourd'hui de vous présenter trois zooms sur trois services avec trois "business model" différents. Ils rentrent tous dans le modèle partenariat, car ils sont financés par les entreprises ou organisations.

- **Opower**

Opower est un service pionnier dans la visualisation de ses données personnelles de consommation énergétique. Il était là avant l'implantation du Green Button.

Comment ça marche ? Opower est en partenariat avec des fournisseurs d'électricité qui vont lui fournir le dashboard de leurs clients concernant les données personnelles de consommation énergétique. Opower traite ces données, propose des visualisations et des conseils pour réduire cette consommation.

Comment Opower se finance-t-il ? Ce sont les mêmes vendeurs d'énergie, fournissant les données personnelles des individus, qui financent Opower ! Il s'agit donc bien d'un partenariat entreprise/service puisque non seulement les entreprises fournissent les données, mais elles payent pour le service.

Pourquoi ? Pour retenir des clients, avoir une bonne image, attirer de nouveaux clients, pour avoir une meilleure connaissance de leurs clients et également parce que Opower permet de diminuer l'envoi d'énergie non consommée aux individus, réduisant les coûts pour les fournisseurs ("energy efficiency"), car si les individus ont une meilleure connaissance de leur consommation énergétique, ils vont revoir leurs contrats pour ne pas demander de l'énergie dont ils n'ont pas besoin.

- **Tictrac**

Comment ça marche ? Tictrac agrège les données de différents services partenaires, type Facebook, LinkedIn, objets connectés, etc., pour offrir une visualisation et des conseils aux individus.

Il y a donc 2 types d'acteurs professionnels en contact avec Tictrac :

- Des entreprises diverses (dont des marques reconnues) : ex : Huggies
- Des services partenaires : que Tictrac agrège pour fournir en données personnelles les dashboard des individus.

Qui paye ? Ce sont les entreprises. Elles financent Tictrac pour afficher sur la plateforme des projets qu'elles sponsorisent. Ces projets offrent des conseils sur un thème précis qui correspond à la marque des entreprises. Par ex : Bien s'occuper de votre bébé, par Huggies.

Ces marques ont donc une visibilité maximale sur un public qui choisit de suivre des projets qui les intéressent et consentent à l'exploitation de leurs données personnelles.

L'entreprise obtient ainsi des données marketing exploitables avec l'autorisation de leurs clients(ex : Huggies pourra déterminer à quel moment les parents sont plus susceptibles d'acheter un produit Huggies => ce sera le moment de faire une offre sur ce produit !)

- **CTRLio**

Ctrllo se présente comme un service individu/entreprise. Il permet en effet à l'individu d'organiser ses identités numériques, d'agréger et de visualiser des DONNÉES PERSONNELLES dans un dashboard. - Ce sont des DONNÉES PERSONNELLES présentes par exemple dans vos téléphones mobiles (textos, calendrier...). Important, Ctrllo permet de laisser un droit de regard sur votre dashboard aux entreprises que vous choisissiez.

Pourquoi laisser un droit de regard aux entreprises ? Pour qu'elles vous proposent des offres personnalisées et qu'elles fournissent en données de qualité vos dashboard. Il s'agit donc d'un partenariat service/individu/entreprise.

Comment Ctrllo se finance-t-il ? Ce sont les entreprises partenaires, qui payent Ctrllo pour entretenir ce dialogue de données avec les individus et leur proposer des offres ciblées.

On a donc un triple partenariat :

Partenariat de données entre individus/entreprises :

- Les entreprises fournissent en DONNÉES PERSONNELLES les dashboard des individus
- Les individus laissent les entreprises regarder leurs dashboard

Partenariat de données entre ctrllo/individus

- Ctrllo propose une visualisation de ses données à l'individu

Partenariat financier ctrllo/entreprises

- Les entreprises payent Ctrllo pour accéder aux dashboard, avec l'accord des individus.

LES COMMISSIONS

Pour la plupart, ce sont des services qui offrent une valeur d'usage de " Décision et Action ", c'est à dire des services qui servent à décrypter les offres des assureurs, opérateurs de téléphonie, transporteurs, banques ... en comparant ses données avec celles de milliers (millions) d'autres. Le modèle que je vais présenter, Cheap Energy Club, est identique à d'autres, par exemple Mint ou Bill Monitor.

Cheap Energy Club

Il s'agit d'un service qui permet de s'assurer que les consommateurs profitent de la meilleure offre, en se servant du détail de la consommation d'énergie de chaque utilisateur et en croisant les données du marché de l'énergie.

Le porteur du service est Money Saving Expert, un site d'avis, de réseau et d'articles destiné aux consommateurs. Cheap Energy Club est en relation avec les fournisseurs d'énergie du Royaume-Uni.

Comment ça marche ? Les individus renseignent au moment de leur inscription quelques données : leur adresse, leur fournisseur, le tarif qu'ils payent et Cheap Energy Club fait le reste, calcule si ce tarif est juste et si l'individu peut bénéficier d'un meilleur contrat.

Si c'est le cas, Cheap Energy Club permet aux individus de changer de contrat facilement, ils appellent cela le "switch".

Comment est-ce financé ? Par les fournisseurs d'énergie qui ont donc intérêt à être partenaires de Cheap Energy Club afin d'obtenir de nouveaux clients et d'obtenir une visibilité sur leurs offres.

La promesse : les individus gagnent sur deux plans : un contrat moins cher et une récompense de la part de Cheap Energy Club pour avoir " switché " de contrat (30 livres).

À la vue de ces services, les questions autour de l'écosystème SelfData sont multiples, techniques, juridiques, économiques, sociologiques...

Nous ne proposons pas ici de réfléchir sur toutes ces questions, mais, pour les aborder sous un angle plus précis, de confronter les points de vue académiques sur le sujet : aux deux cartographies présentées précédemment, à la veille et à la réflexion sur le terrain.

D) LES QUESTIONS ET DEFIS SOULEVES PAR CES SERVICES SELF DATA

Défi économique : la question de la marchandisation

Quelle valeur économique pour les détenteurs de données ? Comment dépasser ou contourner les obstacles ? Comment créer un écosystème vertueux (éviter la captation de valeurs par des monopoles, faciliter la circulation de valeurs) ?

Pour Louise Merzeau « Ces initiatives, cependant, maintiennent la médiation des traces dans une logique marchande. Leur objectif est toujours d'ajuster au mieux une offre et une demande en permettant aux clients de cibler eux-mêmes leurs besoins (...), mais il n'y aura véritablement restitution que lorsqu'on pourra parler de réappropriation. »

Cependant cette " réappropriation " n'est pas le but de l'écosystème Self Data tel qu'il est défini par la Fing et les acteurs vus précédemment. En effet, il y a une partie logique marchande à cette médiation des traces, avec par exemple, les services d'IntentCasting, mais le Self Data englobe plus que ça.

Dans une interview de Daniel Kaplan, le journaliste choisit de mettre en avant ce côté marchand, et ne précise qu'entre parenthèses que les services Self Data peuvent surtout produire des bénéfices non marchands pour les individus, une vraie valeur d'usage.

« Nous proposons un modèle qui associe projection de soi et protection de soi. L'individu doit pouvoir dialoguer avec les entreprises et les institutions. Il partage volontairement certaines informations pour se voir proposer le produit le plus adapté. » (Daniel Kaplan précise que le projet MesInfos ne se limite pas à cet aspect marchand et s'intéresse surtout aux bénéfices – mentionnés plus haut – que peuvent

en tirer les individus) »⁵¹

Il est cependant nécessaire de noter l'une des dérives possibles de tels services : la marchandisation des données personnelles. C'est l'un des modèles de revenus non présent dans la cartographie, mais qui existe pourtant bel et bien et qui semble attirer le plus d'attention médiatique, avec des services comme DataCoup, ou Ghostery qui se proposent de devenir des « data brokers » et donc de vendre les données personnelles des individus à des entreprises, avec l'accord des individus, en leur reversant une somme sur la transaction. Or le coût de transmission est presque nul, ce qui est coûteux, c'est d'obtenir des données de qualité. Quel est le processus de cette marchandisation des données par des tiers ?

1) Les entreprises ont donc pour objectifs d'obtenir le maximum de données. Ainsi, selon Noyer⁵² :

« Mieux connaître les consommateurs, mieux assimiler les renseignements quant à leurs identités, comportements, goûts, achats antérieurs, etc., est donc l'objectif central. Les algorithmes permettant d'extraire des connaissances selon des approches bottom-up de plus en plus évoluées, de faire des graphes, des cartographies des réseaux d'associations en quoi consiste l'onto-éthologie du client, la nature de la relation-client, de croiser les données et les informations disponibles plus ou moins rapidement et proposer des annonces et énoncés pertinents, de façon à façonner et à performer désirs et subjectivités »

2) Selon Fabrice Rochelandet⁵³ : « La donnée est caractérisée par des coûts de production supérieurs à ses coûts de reproduction (Rochelandet, 2010) »

3) Alors « la perspective de revenus supplémentaires obtenus avec le même niveau de coûts fixes de collecte crée ainsi une incitation excessive à la revente des données personnelles au détriment des individus auprès de qui elles sont collectées » (Taylor, 2004 repris par Rochelandet, 2010)

⁵¹ NOYON, Rémi. Entreprise, rendez-nous nos données. Interview Daniel Kaplan. Rue89. 12 juin 2012. <http://rue89.nouvelobs.com/rue89-eco/2012/06/11/entreprises-rendez-nous-nos-donnees-personnelles-cest-pour-votre-bien-232788>

⁵² (14, NOYER)

⁵³ (29, ROCHELANDET)

Les individus retirent donc une valeur bien moindre que les entreprises de la vente de leurs données personnelles. De plus ils n'en retirent aucune valeur d'usage. L'asymétrie entre entreprises et individus reste la même, les services utilisant ce genre de modèles de revenus pour se financer sont donc à exclure du mouvement Self Data.

Mais d'autres modèles de revenus peuvent correspondre à cette description de Louise Merzeau. En effet les modèles Partenariat et Commission, sont souvent des services à but marchand, mais si le service permet une création de valeur égale ou supérieure pour l'individu à la valeur qu'il récupère en partenariat ou commission, cela reste un service tiers « de confiance », donc Self Data.

Par exemple, Cheap Energy Club - Ce modèle de revenus peut sembler a priori peu avantageux pour les individus. On pense évidemment au fait qu'il est intéressant pour le service de vous faire changer de contrat et de favoriser ainsi la volatilité des contrats. Pourtant, c'est aussi un moyen de stabiliser des services Self Data. Si la valeur de la commission prélevée par le service est équivalente à la valeur créée pour l'individu, pourquoi ce modèle de revenus n'inspirerait-il pas confiance ? D'ailleurs, selon Valérie Peugeot⁵⁴ : « les services dits d'économie collaborative, en se rémunérant pour la plupart par un pourcentage sur la prestation sur le covoiturage, sur l'hébergement..., au lieu de pratiquer l'illusion de la gratuité assortie de publicité, participent à une forme d'assainissement de l'économie numérique »

Si les services Self Data comprennent les services d'Intentcasting, pour le bénéfice des services marketing des entreprises, ils sont également créés pour le bénéfice des individus. Comme le dit Noyer :

« (...) Un grand nombre de projets sont à la recherche de certification de la qualité des traces (des énoncés et des jugements émis par les consommateurs) et ce, afin d'offrir des services de conseil au choix des consommateurs tant au plan des produits que des magasins et des services au quotidien (localisation de magasin, évaluation des magasins et des services dans un contexte de voisinage, etc.). »

Le Self Data offre cependant bien plus que « l'ajustement d'une offre et d'une

⁵⁴ (30, PEUGEOT)

demande ». Les services permettent de contribuer à la recherche, avec OpenPath par exemple. Ils peuvent aussi faciliter l'adéquation de la consommation des individus avec leurs valeurs : consommer moins d'énergie avec Opower, mieux se connaître sans forcément partager cette connaissance de soi avec le reste du monde, gérer son quotidien, ses dossiers de manière plus efficace...

On retrouve ici la limite de cette « communauté Self Data » qui ne s'auto-désigne pas comme telle. En ne s'auto-désignant pas, on peut l'assimiler uniquement à ces modèles d'Intentcasting, où l'offre rencontre une demande ou pire, on peut l'assimiler à des modèles de vente de données personnelles.

Il est également à noter que les modèles de revenus payants et Freemium/Preemium peuvent avoir des corrélations négatives.

Selon Valérie Peugeot: « surgit un problème très concret : ceci déboucherait sur un renforcement des inégalités entre citoyens numériques, entre ceux en capacité de gérer leurs données, de les protéger, les monétiser, et ceux qui par manque de littératie, de temps, ou toute autre raison, laisserait faire par défaut le marché. »

« Le scénario plausible qui se met en place est celui d'une société numérique dans laquelle les personnes en bas de l'échelle économique et/ou culturelle commercialisent leurs données (pas forcément sous forme monétaire, mais en échange de services), pendant que ceux qui disposent de moyens économiques et/ou culturels les enferment à double tour numérique. (...). Finalement ce choix entre deux moyens de paiement pour l'accès à un même service (monétisation directe versus attention) ne serait pas un problème en soi si la circulation des données de l'utilisateur ne soulevait pas chaque jour un peu plus des problèmes de vie privée »

Or le Self Data tel qu'il est entendu aujourd'hui, exclut cette monétisation des données, avec par exemple des slogans affichés par beaucoup de services sur leurs sites : « you are not the product ». En effet, si pour des services comme Facebook, vous ne payez pas, c'est parce que vous êtes le produit vendu, vos données sont monétisées pour le financer. Ce que refusent les services Self Data, soulevant alors l'autre question du financement ou du consentement à payer pour un service numérique.

Les défis économiques seront donc les suivants : comment inventer de nouveaux "business model" viables qui ne conservent pas l'asymétrie actuelle (revente des données) entre individus et entreprises ? Comment faire pour que les individus, qui se sentent concernés par ces problèmes de vente de données, consentent à payer pour un service qui leur rend le contrôle de celles-ci ?

Défi sociologique : le « moi, moi, moi » et l'entre-soi renforcé par ces services ?

Si on se base sur les textes de Louise Merzeau sur l'identité numérique, le mouvement Self Data peut introduire le risque que l'individu ne se définisse plus que par ses traces numériques, ses données personnelles :

« Sollicité, traqué, indexé, notre double numérique est livré au jeu des profilages et des modélisations. Pour tailler les messages sur mesure, les systèmes d'information doivent traiter la personne avant de traiter les contenus. Dans les sites marchands, les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, l'individu est traduit en *profil*, c'est-à-dire en grappes de données calculables par des machines. C'est ainsi qu'il se redéfinit : il est le dénominateur commun de ses propres traces. »

Ainsi la société définit l'individu en profil, mais lui-même ne risque-t-il pas de s'enfermer dans une logique de construction de profils à partir de ses données personnelles ? L'individu ne risque-t-il pas de se retrouver avec des recommandations limitées à ses préférences, à des algorithmes, l'enfermant dans un moule avec des services Self Data de « connaissance de soi » par exemple qui lui proposent un Dashboard de visualisation de ses données personnelles agrégées, des conseils, ou encore de « Vivre une Expérience » ?

Selon Louise Merzeau, les individus, en utilisant ces services ne disposent pas réellement d'un pouvoir d'expression et se retrouvent « coincés » par leurs traces numériques :

« C'est sous forme d'aménagement d'espaces à vivre plutôt que d'expression, d'échanges ou de représentation que se traduit d'abord la personnalisation (...) C'est toute l'ambiguïté de la logique de personnalisation : derrière le discours omniprésent

du management de soi, il est rare que soient donnés aux utilisateurs les moyens de constituer leurs traces en un « *lieu* susceptible d'être circonscrit comme *un propre* » (Certeau, p.85). Ces lieux aménagés sont plus des espaces animés par des pratiques et des trajectoires que des enceintes d'où s'exerce un pouvoir gestionnaire. »

C'est le danger de l'analyse des données, basé sur des algorithmes, qui représentent une qualification de l'individu avec ses limites. Louise Merzeau pense donc que « S'il (l'individu) gagne en pertinence, il perd en revanche en probabilité d'être confronté à des formes d'altérité qui constitueraient un risque intellectuel ou relationnel. »

Les services Self Data représentent en effet ce risque. Pour qu'ils fonctionnent et que l'individu ait confiance dans l'analyse des données produites par de tels services, il convient de penser à une transparence de l'algorithme, une transparence de la méthodologie appliquée. Que ce soit pour les services de connaissance de soi comme pour les services de gestion ou de décisions et actions, les individus auront besoin de comprendre pourquoi on leur propose tel ou tel parcours, tel produit, tels services.

Julien Pierre⁵⁵ le confirme, ces services de self tracking entraînent une démarche d'individuation où l'individu se construit en comparaison avec les autres (« Elle équivaut à l'équation $A \neq B$, je ne suis pas un autre. ») et non en collaboration avec eux.

« L'individuation est une démarche réflexive socio-déterminée par laquelle le Moi se construit comme spécimen. Elle équivaut à l'équation $A \neq B$, « je ne suis pas un autre ». Un exemple : le self tracking est une pratique dans laquelle l'utilisateur enregistre systématiquement ses activités et performances (l'artiste Nicolas Felton en génère un rapport infographique annuel). Parfois complétées par un coach virtuel (comme sur certaines consoles de jeu), ces données permettent de suivre sa courbe de poids, ses attirances culturelles, ses comportements sociaux, ses résultats sportifs, etc. (...) Mais ce procès d'individuation relève pour l'heure d'un agir individuel, mobilisant stratégies et compétences (George, 2007 ; Cardon, 2008). »

⁵⁵ (31, PIERRE)

De plus, Louise Merzeau critique les services Self Data tels que les services de LifeLog (par exemple Chronos, vu plus haut) :

« Ces services n'atteignent cependant pas toujours l'objectif affiché, du fait qu'ils automatisent ce que les individus aspirent justement à faire d'eux-mêmes. Réintroduisant le traitement algorithmique dans l'agrégation des traces, les souvenirs qu'ils produisent sont par définition artificiels et déconnectés de tout contexte. Ce n'est que lorsqu'elles demandent une véritable pratique de montage de la part des utilisateurs que ces applications jouent pleinement le rôle de mnémotechnies. »

Valerie Peugeot valide cette vision du traitement de la donnée uniquement par les individus :

« Un problème de conception politique d'une part : en renvoyant sur l'individu la responsabilité de gérer et protéger ses données, au lieu de trouver des réponses collectives à un problème de société, elle participe d'une vision qui renforce l'individualisme et nie les rapports de force entre les consommateurs et les entreprises »

Ces services qui ont donc pour noble objectif d'aider les individus à traiter leurs données ne seraient donc qu'une source d'enfermement, proposant aux individus "des solutions" basées sur un "trop peu" de données ou une qualité insuffisante des données. Dans de telles conditions, ces services n'aident pas à outiller les individus-utilisateurs.

Comment alors renverser la vapeur et permettre aux individus de se construire avec leurs données non pas en opposition avec les autres, mais en synergie ? Comment outiller véritablement l'individu vis-à-vis de ses données ?

Dans la recherche, quelques pistes émergent de cette idée d'enfermement, d'individualisation des personnes à travers leurs données :

1) Il faudrait inscrire dans cette logique de traitement de la donnée, une véritable médiation.

Louise Merzeau, le dit, « Il n'y a pas de trace proprement individuelle et toute

trace est toujours médiée par un groupe ».

Il faudrait alors créer une véritable culture de la donnée dont on parle beaucoup aujourd'hui, mais qui n'existe pas réellement, puisque le pouvoir de leur interprétation, le temps qui leur est consacré, est détenu par les entreprises qui disposent d'un pool de Data Analysts et par les services tiers dont nous avons parlé, les services Self Data, qui si ils peuvent prendre ce rôle de médiateur n'en assume pas réellement la charge, la donnée et son traitement n'étant que rarement expliqués. C'est l'idée que Louise Merzeau et de nombreux chercheurs défendent « Le détour par un médiateur n'a pas ici pour but d'augmenter la rentabilité des traces, mais d'accompagner leur assimilation culturelle. »

La Fing est consciente de ce genre de problème et a par exemple mis en place un programme qui répond au nom « d'Infolab » dont le but d'améliorer la médiation. Ce projet propose également ses services aux institutions, aux entreprises, et permet cependant aux individus de comprendre l'enjeu autour de ces questions. Ils pourront, à travers des ateliers, des groupes de travail, mieux appréhender leurs données et ainsi apporter un regard critique à ces services Self Data, comprendre la logique derrière ce traitement de la donnée et se l'approprier.

2) Il faudrait inscrire ses traces dans une logique de communauté et de collaboration, y greffer un véritable contexte

Aujourd'hui, la collaboration entre individus, entre entreprises et entre pouvoirs publics permet d'espérer améliorer la médiation, la culture et l'appropriation des données, afin de mieux se comprendre soi-même, mais surtout de participer au patrimoine mémoriel de la société.

Selon Louise Merzeau : « (...) le passage des traces individuelles au patrimoine concourt à la formation d'une compétence numérique qui est aussi une *littératie* mémorielle (...) Le défi consiste à se donner les moyens de regagner une expertise mémorielle aujourd'hui accaparée par quelques firmes, dont l'intérêt est de confiner l'usage dans le présent perpétuel de la consommation. »

Pour cela, même principe que la première piste, il s'agit d'éducation. Il faut apprendre à l'individu à produire et utiliser ses traces dans un contexte sociétal.

« Pour que puisse s'exercer une telle compétence, plutôt qu'exhorter l'utilisateur à protéger ses données apprenons-lui à leur affecter des finalités en fonction de ses attentes et des intérêts de sa communauté. (...) C'est dans cet esprit que nous proposons, sur le modèle des licences *Creative commons*, un système d'*identity commons* »

On retrouve la même idée chez Valérie Peugeot, dépasser « le cadre strict des données personnelles pour s'intéresser aux données numériques en général, consiste, en s'inspirant des travaux d'Elinor Ostrom et de l'école de Bloomington autour des biens communs, à développer une sphère de données en Communs »

Cette sphère des données en communs regrouperait des données diverses, les données produites par les pouvoirs publics, les données produites par les entreprises, mais également les données produites par les individus :

« (cette dernière) catégorie est constituée des données produites par les individus qui désirent placer ces ressources en bien commun. C'est déjà le cas des données produites dans OpenStreetMap, dans Wikipédia, qui de fait constituent une œuvre collective, pour lesquelles les communautés ont choisi un régime juridique qui protège les ressources en biens communs. »

Ainsi cette sphère des données en Commun permettrait, comme c'est l'ambition des services Self Data, de rétablir la symétrie des relations entre entreprises, pouvoirs publics et individus concernant le traitement des données. Et d'éviter la question de la propriété de ces données. Les services Self Data ont un rôle à jouer dans cette logique. C'est déjà le cas avec des services comme OpenStreetMap, OpenPath et autres services du domaine d'usage « Contribution », vus précédemment, qui permettent aux individus de contribuer à la recherche et à la compréhension de la société en publiant leurs données personnelles, tout en visualisant leurs données pour leur propre usage. Il s'agit de créer un véritable empowerment de l'individu vis-à-vis de ses données, et cet empowerment ne sera accessible qu'à travers cette mise en commun.

Cependant, cela suppose un véritable intérêt de l'individu pour ces données. Or nous l'avons vu, il existe un privacy paradox : les individus se disant inquiets de

l'utilisation de leurs données, mais ne s'emparant pas des outils à leur disposition pour y remédier.

Selon Alexandre Coutant et Thomas Stenger⁵⁶ « On voit ainsi passer très rapidement la fondamentale question de l'appropriation de ces outils et normes par les utilisateurs. Et c'est bien sur ce point que les systèmes, au demeurant très conscients de la diversité des facettes identitaires, échouent faute d'avoir intégré dans leur conception le désintérêt très fort des utilisateurs pour apprendre à gérer leurs traces. »

« La formation joue alors un rôle majeur, que ce soit dans la maîtrise des outils techniques ou dans la compréhension de l'accessibilité par diverses audiences des informations personnelles. Ce rôle d'accompagnement de l'usage »

L'appropriation et l'empowerment ne se feront donc que par la mise en place d'un système intelligible et par l'éducation, entrevus précédemment sur le sujet de la médiation.

⁵⁶ (32, COUTANT et STENGER)

Conclusion

A la question, « comment la réflexion autour de l'écosystème des services Self Data peut-elle émerger ? », nous avons répondu :

- Que cela se faisait dans un cadre précis, un Think Tank du secteur numérique, La Fing, et à travers un projet spécifique, MesInfos. Nous avons ainsi posé une réflexion sur le cadre de la mission, à travers l'exploration du terme Think Tank dans les travaux académiques confronté à la réalité du travail entrepris par la Fing et le projet Mesinfos. Nous avons vu qu'il fallait mobiliser des compétences de think tanker, entre académique, diplomate, journaliste et entrepreneur.
- Nous nous sommes intéressés au fonctionnement interne de ce cadre, la Fing, et de cette mission, MesInfos. Nous avons vu que le management à la Fing se fait par projet et en appliquant des principes de conception collaborative. Nous avons pu confronter, par hypothèses, les méthodes utilisées sur le terrain à l'analyse que nous en donnent les savoirs académiques. Nous avons pu émettre des recommandations.
- Nous avons défini un cadre et une méthode pour analyser la naissance des écosystèmes Self Data via le projet Mesinfos. Nous nous sommes concentrés sur les acteurs et les services en proposant une réflexion, appuyée par des documents académiques, sur les défis et questions qu'il soulève

Le projet MesInfos est extrêmement ambitieux, et les sujets des données personnelles très sensibles.

Il soulève des problèmes de tout type. Nous en avons eu un aperçu en troisième partie, avec par exemple le défi économique de création d'un écosystème vertueux, avec des modèles de revenus des services tiers stables et non discriminants pour l'individu, ou encore avec les défis sociologiques de l'enfermement dans une identité numérique.

D'un point de vue technique il demande de créer des systèmes d'informations pertinents et utilisables tant par les entreprises que par des tiers de confiance et les individus. Car afin de pouvoir rendre les données aux individus, il faut d'abord pouvoir les identifier, les authentifier dans les bases de données et les transmettre de manière sécurisée et surtout standardisée afin que les services tiers puissent les lire. Un exemple simple : comment récupérer les données d'un foyer dans le système d'une entreprise ?

D'un point de vue juridique, faut-il créer un cadre légal de « rendu des données », une obligation ? Établir des règles strictes de consentement entre individu et entreprises ? De nouvelles conditions générales d'utilisation standardisées ?

Autant de limites auxquelles le projet doit encore répondre pour mener à bien sa mission de rétablissement de la confiance entre individus et entreprises.

Ce mémoire ne se propose pas de répondre à ces dernières questions, elles nécessitent une réflexion plus poussée, sur la durée. Un entretien avec un membre de la CNIL, des juristes, des techniciens aurait permis de réfléchir à quelques pistes de réponses.

Une autre limite rencontrée pendant ce mémoire est qu'il s'agit d'un sujet encore neuf, que la recherche ne s'est pas encore véritablement appropriée. L'équipe de chercheurs MesInfos doit rendre ses pistes de réflexion en mars 2015, et permettrait d'intégrer ce champ des Self Data au monde académique. Il s'agit cependant principalement de chercheurs en management et gestion, les chercheurs en sciences de l'information pourront alors s'emparer du sujet. Il a donc fallu trouver des thèmes transversaux à celui des Self Data pour nous emparer nous-mêmes du sujet d'un point de vue du savoir académique.

Enfin, un entretien avec l'un des co-fondateurs de la Fing aurait permis une approche de la deuxième partie plus complète, particulièrement sa vision de la valeur d'intelligence collective à la Fing, de la co-conception, et des outils qui pourraient être mis en place pour la favoriser.

Nous terminerons ce mémoire sur une question, peut-être un peu pessimiste pour le projet : en tant qu'individu, voulons-nous vraiment que notre reprise de

contrôle se fasse de par la bonne volonté des entreprises qui sont celles qui nous en privent ?

« Big Brother est infailible et tout-puissant. Tout succès, toute réalisation, toute victoire, toute découverte scientifique, toute connaissance, toute sagesse, tout bonheur, toute vertu sont considérés comme émanant directement de sa direction et de son inspiration »⁵⁷

⁵⁷ 1984, George Orwell (trad. Amélie Audiberti), éd. Gallimard, 1972, partie II, chap. 9, p. 276)

Bibliographie

La bibliographie, pour plus de clarté est présentée dans l'ordre de citation du corps de texte du mémoire. Lorsqu'un document n'est pas académique, son type est précisé en bleu.

Ce sont les documents qui ont alimenté la réflexion de ce mémoire. Lorsqu'une citation correspond plus à une illustration, à un fait, sa référence est mise en note de bas de page.

A cette bibliographie, est ajoutée une liste de lectures qui ont été nécessaires lors de la rédaction de ce mémoire mais qui n'ont pas été citées.

1. **DELEUZE**, Gilles. Post-scriptum sur les sociétés de contrôle. Publié dans L'autre journal, n°1, mai 1990. [En ligne]
https://infokiosques.net/imprimersans2.php3?id_article=214

Une réflexion synthétisée sur la société de contrôle, apportant un aspect philosophique nécessaire à l'amorce du sujet sur la confiance.

2. **WORLD ECONOMIC FORUM**, Personal Data: The Emergence of a New Asset Class 2010, P7 (traduction personnelle)
http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf **Document professionnel**

Un document de référence pour l'écosystème Self Data, démontrant l'intérêt de la communauté internationale pour le sujet.

3. **FING**. Synthèse, conclusions et défis pour le futur du "Self Data" Octobre 2013 - Juin 2014. Publié en Octobre 2014. http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2014/11/Synthese_expe_MesInfos_WEB.pdf **Document professionnel**

Cette synthèse de l'expérimentation permet de comprendre les enjeux soulevés par le projet MesInfos, en se concentrant sur la partie expérimentation. Les défis y sont évoqués de manière détaillée.

4. **GEUENS**, Geoffrey . Avant-propos : Think Tanks, experts et pouvoirs.
Publié dans Quaderni 70 (Automne 2009) Think Tanks, experts et pouvoirs.
[En ligne] <http://quaderni.revues.org/505>

La revue Quaderni, ici son avant-propos, permet de mobiliser des éléments de définitions et de soulever les grands enjeux autour du terme.

5. **DIXON**, Keith « THINK TANKS », Publié dans *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis.fr/encyclopedie/think-tanks/>

Une définition encyclopédique doit rester le point de départ de toute veille, pour identifier les mots clefs, saisir les grands concepts et ainsi pouvoir trouver d'autres articles sur le sujet.

6. **MONTBRIAL**, Thierry et GOMART, Thomas. Think Tank à la Française. Publié dans : Gallimard. *Le Débat* 2014/4 - n° 181. pages 61 à 76 <http://le-debat.gallimard.fr/articles/2014-4-i-think-tanks-i-a-la-francaise/>

Un texte qui permet de se questionner sur la place des Think Tank dans la société française, tout en s'interrogeant sur le métier du think tanker. Cette approche « métier » nous a permis d'établir des liens avec le lieu du stage.

7. **BELAND**, Daniel. Idées, institutions politiques et production de l'expertise : une perspective comparative sur le rôle des Think Tanks au Canada et aux Etats-Unis. Publié dans Quaderni 70 (Automne 2009) Think Tanks, experts et pouvoirs. [En ligne] <http://quaderni.revues.org/505>

Un texte pour établir le rapport think tank/politique publique. L'objectif : mieux saisir le rôle des think tanks dans la dissémination des idées et celui de l'expertise dans le champ des politiques publiques

8. **FING**. Des idées neuves et actionnables pour anticiper les transformations numériques. Plaquette de présentation. 2014. Publié sur Fing.fr. [En ligne] http://fing.org/IMG/pdf/Plaquette_fing_2014_vf.pdf **Document professionnel**

Un outil précieux pour ce mémoire, la plaquette de la Fing offre une version synthétisée de ce qu'elle souhaite présenter à l'extérieur et permet d'analyser ce discours officiel.

9. **DESMOULINS**, Lucile. Profits symboliques et identité(s) : les Think Tanks entre affirmation et dénégation. Publié dans Quaderni 70 (Automne 2009) Think Tanks, experts et pouvoirs [En ligne] <http://quaderni.revues.org/505>

Permet d'interroger le lien entre Think Tank, champ public, élites, et société civile.

10. **CAGE** Agathe. Comment étudier les clubs, les fondations politiques et les « Think Tanks » ?. Section thématique 57 – Congrès AFSP Paris 2013 [En ligne] <http://www.afsp.info/congres2013/st/st57/st57cage.pdf>

Permet de s'éloigner du débat think tank vs Etat, et de s'interroger sur la structuration de l'espace des think tanks.

11. **CARPENTIER-TANGUY**, Xavier. Influences et innovations politiques : les Think Tanks (perspective historique) Paru le 30/03/2006 [En ligne] <http://www.ces.uc.pt/cesfct/xc/xc1.pdf>

Apporte une vision du métier du Think Tank.

12. **RESTIER- MELLERAY**, Christiane. Experts et expertise scientifique. Le cas de la France. Publié dans Revue française de science politique, 40e année, n°4, 1990. pp. 546-585. [En ligne] http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfsp_0035-2950_1990_num_40_4_394498

Réflexion sur le terme expert, qui nous permet de nous interroger sur son application à

la Fing.

13. **FING et FONDATION TELECOM.** NOUVELLES APPROCHES DE LA CONFIANCE NUMERIQUE. Conclusions de l'expédition Février 2011 Publié sur Fing.fr. [En ligne] <http://fing.org/?La-synthese-de-l-expedition&lang=fr>
Document professionnel

Le document de référence quant à l'expédition qui marque les origines du projet MesInfos

14. **NOYER**, Jean Max. Les vertiges de l'hyper-marketing : datamining et production sémiotique. Publié dans Les débats du numérique. 2013. Presses des Mines. p. 47-76 [En ligne]
<http://books.openedition.org/pressesmines/1662?lang=fr>

Examine les évolutions du marketing et ses liens avec le data-mining, les données clients. Permet une contextualisation de l'écosystème Self Data, qui interviendrait alors comme un élément de réponse à ces évolutions.

15. **CARMES**, Maryse et **NOYER** Jean Max. Publié sur Grico.fr. Juin 2013. Non disponible en ligne.

Cet article permet d'appréhender le concept de Confiance en milieu numérique et de faire intervenir la notion d'équipement, nécessaire à l'introduction des services Self Data.

16. **FING.** Synthèse, conclusions et défis pour le futur du "Self Data" Octobre 2013 - Juin 2014. Publié en Octobre 2014. http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2014/11/Synthese_expe_MesInfos_WEB.pdf **Document professionnel**

17. **PERBAL** Séverine *et al.* Le processus de veille intégré au processus de management de projet. Vers une appropriation des outils de veille par les acteurs des projets. *Les Cahiers du numérique*, 2009/4 Vol. 5, p. 79-92. [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-4-page-79.htm>

Permet de mobiliser des savoirs académiques sur la notion de veille au sein d'un projet, dans un cadre de méthode agile, ce qui se prête au cadre de la Fing.

18. **GRESELLE** Olfa Zaïbet. Vers l'intelligence collective des équipes de travail : une étude de cas », Publié dans *Management & Avenir*, 2007/4 n° 14, p. 41-59.
[En ligne] <http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2007-4-page-41.htm>

Un texte qui se base sur une étude de cas pour étudier l'intelligence collective au sein d'une équipe projet. Mis en parallélisme avec notre propre étude de cas : la Fing.

19. **LEVY**, Pierre. L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace.
La Découverte Poche / Essais n°27, novembre 2013

Une référence sur le sujet de l'Intelligence Collective, permet d'introduire le fait que la notion n'est peut-être pas la plus appropriée pour la gestion de projet à la Fing.

20. **HATCHUEL** Armand *et al.*, « De la gestion des connaissances aux organisations orientées conception », *Revue internationale des sciences sociales* 1/ 2002 (n° 171), p. 29-42 www.cairn.info/revue-internationale-des-sciences-sociales-2002-1-page-29.htm.

21. **DALZON**, Pierre et **DARSES**, Françoise, «La conception collective : une approche de l'ergonomie cognitive » Communication présentée au séminaire du GDR CNRS FROG "Coopération et Conception" Toulouse, 1er - 2 décembre 1994 . [En ligne]
http://ergonomie.cnam.fr/equipe/falzon/articles_pf/concep_collect_96.pdf

Deux textes pour appréhender la conception collaborative, la dynamique d'acteurs.

22. **BARRAND** Jérôme, « Etre agile... le destin de l'entreprise de demain », Publié dans *L'Expansion Management Review*, 2009/1 N° 132, p. 118-129. . [En ligne]
<http://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2009-1-page-118.htm>

Permet d'appréhender la notion d'agilité dans la gestion de projet d'entreprise.

23. **BEN RAJEB**, Samia, « Collaboration, coopération ou participation ? », *DNArchi*, 2011, [En ligne] <http://dnarchi.fr/culture/collaboration-cooperation-ou-participation/>

Distingue trois concepts : conception collaborative, coopérative et participative

24. **FING**. VOYAGE D'ETUDE A LONDRES A LA RENCONTRE DES ACTEURS DE MIDATA. 24-25 avril 2012 [En ligne] <http://reseau.fing.org/file/download/98029> Document professionnel

La synthèse du voyage d'étude de l'équipe MesInfos à Londres, marque les origines du projet.

25. **DEPARTEMENT FOR BUSINESS INNOVATION AND SKILLS**. Review of the Midata voluntary program. Juillet 2014. [En ligne] https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/327845/bis-14-941-review-of-the-midata-voluntary-programme-revision-1.pdf

Le document le plus récent permettant un bilan du programme britannique, cousin de MesInfos.

26. **GUILLAUD** Hubert, **ALBAREDE** Marine. Réutilisation des données personnelles (1/4) : Rendre leurs données aux utilisateurs. Publié le 19 juin 2012. InternetActu <http://www.internetactu.net/2012/06/19/reutilisation-des-donnees-personnelles-14-rendre-leurs-donnees-aux-utilisateurs/>

Une réflexion animée par deux membres de la Fing, offre une vision interne des enjeux autour du projet.

27. **MERZEAU**, Louise. L'intelligence des traces. *Intellectica*, 2013, 1 (59), p.115-135. [En ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01071211>

Offre une réflexion autour des traces numériques, de leurs possibles usages, permet de questionner le projet MesInfos et d'y apporter des éléments de réponse.

28. **FING**. Cahier d'exploration MesInfos Mai 2013. [En ligne]

<http://doc.openfing.org/MesInfos/MesInfos%20-%20cahier%20d%27exploration%20numerique.pdf> Document professionnel

Le document professionnel, premier livrable du projet MesInfos, qui permet d'avoir une vision globale de l'écosystème Self Data (qui ne s'appelait pas Self Data à ce moment).

29. **ROCHELANDET** Fabrice, *Economie des données personnelles et de la vie privée*, 2010,

Permet de déterminer la valeur des données personnelles, particulièrement pour les entreprises, en opposition à la valeur qu'elles peuvent avoir pour les individus.

30. **PEUGEOT** Valérie Données personnelles : sortir des injonctions contradictoires. VECAM. Avril 2014. [En ligne]

<http://vecam.org/article1289.html>

Ouvre la perspective autour des données personnelles, engage à s'éloigner du principe de propriété privée et s'interroge sur l'utilité des données personnelles pour la collectivité.

31. **PIERRE** Julien, « Génétique de l'identité numérique » Sources et enjeux des processus associés à l'identité numérique, *Les Cahiers du numérique*, 2011/1 Vol. 7, p. 15-29. [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-15.htm>

Une réflexion sur l'identité numérique, nous permettant de mobiliser le concept de comparaison, très présent dans les services Self Data.

32. **COUTANT** Alexandre et **STENGER** Thomas « Production et gestion d'attributs identitaires », *Les Cahiers du numérique*, 2011/1 Vol. 7, p. 61-74. [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-61.htm>

Se concentre sur les services « fournisseurs d'identité », l'un des type de services du Self Data. Propose une réflexion sur leurs usages.

LISTE COMPLEMENTAIRE DE LECTURE

Documents professionnels

- ❖ Entretiens 1
- ❖ Entretien 2
- ❖ Compte-Rendu de réunion
- ❖ Notes d'observations personnelles

Documents académiques

GEUENS. Geoffrey Les principaux Think Tanks français. Publié dans Quaderni 70 (Automne 2009) Think Tanks, experts et pouvoirs. [En ligne]
<http://quaderni.revues.org/505>

DOC SEARLS, The Intention Economy : When Customers Take Charge, Harvard Business review Press, 2012

BENAVENT Christophe, DAGIRAL Eric, MILTGEN Caroline, MEDJEK Sarah. Rapport de recherche MesInfos, tome 1, 2 et 3.

- http://mesinfos.fing.org/wp-content/themes/Bootstrap-MesInfos/img/RapportDeRechercheMesInfos_TOME1.pdf
- http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2013/08/MesInfos-RapportRechercheWEB_TOME2-.pdf
- <http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2013/08/MesInfos-RapportTOME3VF-Web.pdf>

....

Documents divers (articles, rapports...)

CTRL-SHIFT. The new personal data landscape, Novembre 2011 <http://ctrl-shift.co.uk/research/product/59>

CTRL-SHIFT. Timeline of the shifting personal data landscape, Septembre 2012 <http://ctrl-shift.co.uk/research/product/67>

CAVOUKIAN Ann. Privacy by Design and the Emerging Personal Data Ecosystem, Octobre 2012 <http://privacy-bydesign.ca/content/uploads/2012/10/pbd-pde.pdf>

REED Drummond, JOHNSTON Joe, DAVID Scott. "The Personal Network: A New Trust Model and Business Model for Personal Data", Mai 2011 <http://openidentityexchange.org/sites/default/files/The-PersonalNetworkWhitepaper.pdf>

STOKES Natasha. How to Take Control of Your Personal Data. Techlicious. Aug. 1, 2014. Time. <http://time.com/3069834/how-to-take-control-of-your-personal-data/>

DELHAIEMarc Confiance envers les marques et données personnelles. Juillet 2014. Marketing Professionnel. <http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/consommateur-consommation-confiance-marques-donnees-personnelles-20140.html>

CHAHAL Mindi. Taking back control: the personal data economy
12 Mar 2014. Marketing Week.
<http://www.marketingweek.com/2014/03/12/taking-back-control-the-personal-data-economy/>

Et tous ce qui a été nécessaire pour la veille sur les services Self Data, articles de presse spécialisés présentant des innovateurs, des applications...