

## Appel à candidatures pour un post doc à Orange Labs

### Portabilité des données et self data : analyse des acteurs et des usages

Le département de recherche en sciences sociales d'Orange, SENSE, cherche un post-doctorant en sociologie pour une durée de 12 mois, pour un début de contrat entre novembre et décembre 2016. Le travail du post doctorant portera sur le thème de « la Portabilité des données et self data ».

Le département SENSE conjugue les analyses sociologiques et économiques de TICs. Sur le plan des sciences sociales, ses missions consistent à cartographier et comprendre les usages du numérique, leur transformation, d'apporter un éclairage aux innovations technologiques et d'accompagner la transformation de la relation de l'entreprise à ses clients. Pour cela, le département SENSE conjugue différentes méthodologies : fouille de données et de trace d'usages, entretiens approfondis en contexte, observation et enregistrement audio et vidéo, socio-économie des marchés et identification des tendances émergentes.

Il est composé d'une pluridisciplinaire d'une vingtaine de chercheurs en sociologie des usages, socio-économie, digital studies, science and technologies studies, sociologie des organisations, ergonomie...

Le département SENSE est situé à Chatillon, dans les locaux d'Orange gardens.

### Contexte global de l'étude

Trois éléments de contexte justifient cette recherche :

- Les données produites par des individus à travers leurs usages de services numériques et qualifiées de données personnelles ne cessent de croître en volume et en diversité, fruits de niveaux dispositifs technologiques combinés à des changements de pratiques sociales.
- Le contexte réglementaire attaché aux données personnelles change, tant au niveau français (loi pour une République numérique) qu'europpéen (règlement européen). L'objectif est de réduire l'asymétrie de pouvoir entre les utilisateurs des services numériques (messagerie, cartographe, hébergement, etc...) et entreprises fournissant ces services et/ou collectrices de données personnelles (Apple, Google, Facebook, mais aussi des banques, des énergéticiens des start-ups etc...). La réglementation instaure pour cela le principe d'autodétermination informationnelle, par le biais de dispositions liées notamment à la portabilité des données, qui permettra à l'utilisateur de migrer d'un service à un autre sans perdre l'information accumulée à l'occasion de l'usage du premier service (photos, contacts, graphe social...).
- Une pluralité d'acteurs, en Europe et aux États-Unis, explorent les voies d'une possible réconciliation entre innovation et vie privée des utilisateurs, dans un courant de pensée inspiré du VRM - vendor relationship management, et articulé autour de dispositifs serviciels intitulés les PIMs - Personal information management services. A travers des dénominations comme « Self data », « Mydata » ou « internet of me », ces acteurs partent du principe qu'une restitution aux individus de leurs données présente une valeur d'usage pour l'individu (apprendre à se connaître, consommer selon ses valeurs, se faciliter la vie quotidienne...), et permet de renouer avec un véritable consentement dans la relation contractuelle, tout en permettant à de nouveaux services d'émerger, sur la base de données enrichies et croisées et d'empowerment de l'individu (meilleure maîtrise sur ses données).

Cette approche dite de « self data », loin des modèles de valorisation des big data appuyés sur des données collectées massivement, se fonde sur une double hypothèse :

- un intérêt de la part des individus à tirer une valeur d'usage de la portabilité des données, à s'investir dans la gestion de leurs données, une aspiration à la maîtrise de ces dernières, motivées plus par les services obtenus que par une simple volonté de protection de leur vie privée
- un potentiel de services inédits autour du croisement de micro data, associés à des modèles d'affaires pertinents.

L'objectif de cette recherche consiste à confronter ces hypothèses à la réalité des premières pratiques tant des acteurs économiques que des utilisateurs.

L'équipe sera constituée en interne de 2 ou 3 chercheurs membres du département SENSE.

L'équipe associera en externe une responsable recherche au sein de la FING (Fondation internet nouvelle génération), ainsi que le cas échéant des chercheurs venant d'autres partenaires industriels ou universitaires.

## Votre rôle

La recherche comprendra deux volets :

1. Une analyse **du marché des services en devenir autour du self data** : identification des acteurs sur la chaîne de valeur - depuis les solutions d'hébergement personnel de données, PIMs, jusqu'aux acteurs proposant des services sur la base de micro données personnelles croisées.

Ce volet des travaux s'attachera à décrire le type d'acteurs engagés sur ce marché, leur trajectoire et motivations (entreprises « engagées » ou non, lien avec le quantified self, start-up ou entreprise établie, relations avec les GAFAT, avec les pouvoirs publics...), ainsi que les modèles d'affaires choisis ou anticipés.

Enfin la recherche s'attachera à élaborer une première typologie des services envisagés ou prototypés à partir de ces données croisées.

Méthode : entretiens avec des acteurs français et européens.

2. Une analyse **des comportements des utilisateurs** confrontés à une restitution de leurs données ou à des services construits autour de leurs données.

La recherche s'attachera à :

- déterminer le profil socio-économique et numérique des utilisateurs (early adopters, utilisateurs intensifs de réseaux sociaux, autres...),
- leur connaissance et perception des enjeux de vie privée à l'heure numérique, le cas échéant en observant devant les terminaux leurs usages habituels en matière de CGU, géolocalisation, autorisations, expositions,
- leurs réactions et observations face à un dispositif de restitution de leurs données :
  - régime de compréhension de ce qui leur est restitué,

- intérêt ou non ; surprise ou non,
- corrections d'informations et enrichissement ou non de la donnée,
- autres manipulations ex : ajout spontané d'autres sources d'informations.
- leurs réactions face à la possibilité d'ouvrir ces données à des services tiers :
  - appétence ou non,
  - choix des services,
  - usages de ces services.
- leur perception de l'entreprise(s) qui met à disposition les données (confiance, engagement, fidélisation...) et de leur relation à cette ou ces dernières.

Ce second volet prendra comme terrain en priorité le projet MesInfos, initié et porté par la FING et dont Orange est partenaire. Ce projet permet à l'individu de croiser dans un même espace personnel (PIMs) des données en provenance de différentes entreprises (Orange, EDF, MAIF, Société Générale...) et de les ouvrir au cas par cas à des services tiers, fournis par ces mêmes entreprises ou par d'autres.

En complément, ou à titre substitutif, il pourra se pencher sur tout dispositif de restitution des données aux utilisateurs (ex : Miroir digital Orange, Le Badge Orange, Google Takeout...) et de self data.

Méthode : entretiens avec un panel d'utilisateurs, le cas échéant complétés par une analyse de certains comportements en ligne.

## Votre profil

Vous êtes titulaire d'un master de recherche et d'une thèse de doctorat.

Vous candidatez pour un premier ou second post-doc et avez démontré votre autonomie dans votre travail de recherche et dans la rédaction d'articles scientifiques.

Compétences scientifiques et techniques : Sociologie des usages et des marchés numériques.

Maîtrise de la technique d'entretien.

Seraient un plus le cas échéant : Connaissance de l'économie des données ; Connaissance des enjeux de vie privée en contexte numérique.

Expériences souhaitées: Thèse de préférence en sociologie, sociologie de l'innovation, socio-économie ou Info Com.

Calendrier : Poste à pourvoir à partir de **novembre ou décembre 2016**.

## Contrat

Post Doc

**Candidatures à déposer en ligne avant le 15 octobre**

<https://orange.jobs/jobs/offer.do?do=fiche&id=54451>