



MESINFOS

EXPÉRIMENTATION MESINFOS

*Synthèse, conclusions et défis pour le
futur du “Self Data”*

Octobre 2013 - Juin 2014



SOMMAIRE

- || 01. EXECUTIVE SUMMARY
- || 02. LE CONTEXTE : UN MONDE DE “SELF DATA”
- || 03. MESINFOS : L’EXPÉRIMENTATION
- || 04. LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L’EXPÉRIMENTATION
- || 05. LES SERVICES ET APPLICATIONS
- || 06. ALLER UN CRAN PLUS LOIN : LES DÉFIS DU “SELF DATA”
- || 07. ANNEXE 1 LA CHARTE DE PRINCIPES MESINFOS
- || 08. ANNEXE 2 ACCORD DE CONSENTEMENT SIGNÉ PAR LES TESTEURS MESINFOS

EXECUTIVE SUMMARY

L'EXPÉRIMENTATION EN BREF

Si j'ai une donnée sur vous, vous l'avez aussi. Et vous en faites... ce qui a du sens pour vous!

C'est autour de cette idée que, depuis 2012, la Fing et plusieurs partenaires ont engagé le projet MesInfos.

L'objectif : explorer ce qu'il se passerait si les organisations qui possèdent des données personnelles partageaient ces données avec les individus qu'elles concernent. Et, plus largement, se projeter dans l'avenir du "Self Data", c'est-à-dire 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.

Cette approche fait également l'objet d'initiatives de grande ampleur aux États-Unis (VRM, Blue Button, Green Button) et au Royaume-Uni (Midata). En revanche, à l'exception de projets sectoriels, elle n'avait encore jamais été testée sur le terrain.

Pour la première fois, de octobre 2013 à mai 2014, des grandes entreprises (banques, assurance, distribution, télécommunications) ont accepté de restituer à quelques centaines de leurs clients, de manière sécurisée, les données que ces derniers leur confient tous les jours.

Une expérimentation unique au monde, dont voici les principaux enseignements.

UNE EXPÉRIMENTATION GRANDEUR NATURE DE RESTITUTION DE DONNÉES AUX INDIVIDUS

Pendant 8 mois, **300 individus volontaires** ont pu accéder à leur "cloud personnel" sécurisé, mis en place par les startups françaises Cozy Cloud et Privowhy. Le cabinet Eden Insight a constitué le panel et en a assuré l'animation tout au long de l'expérimentation au travers de forums et de questionnaires.

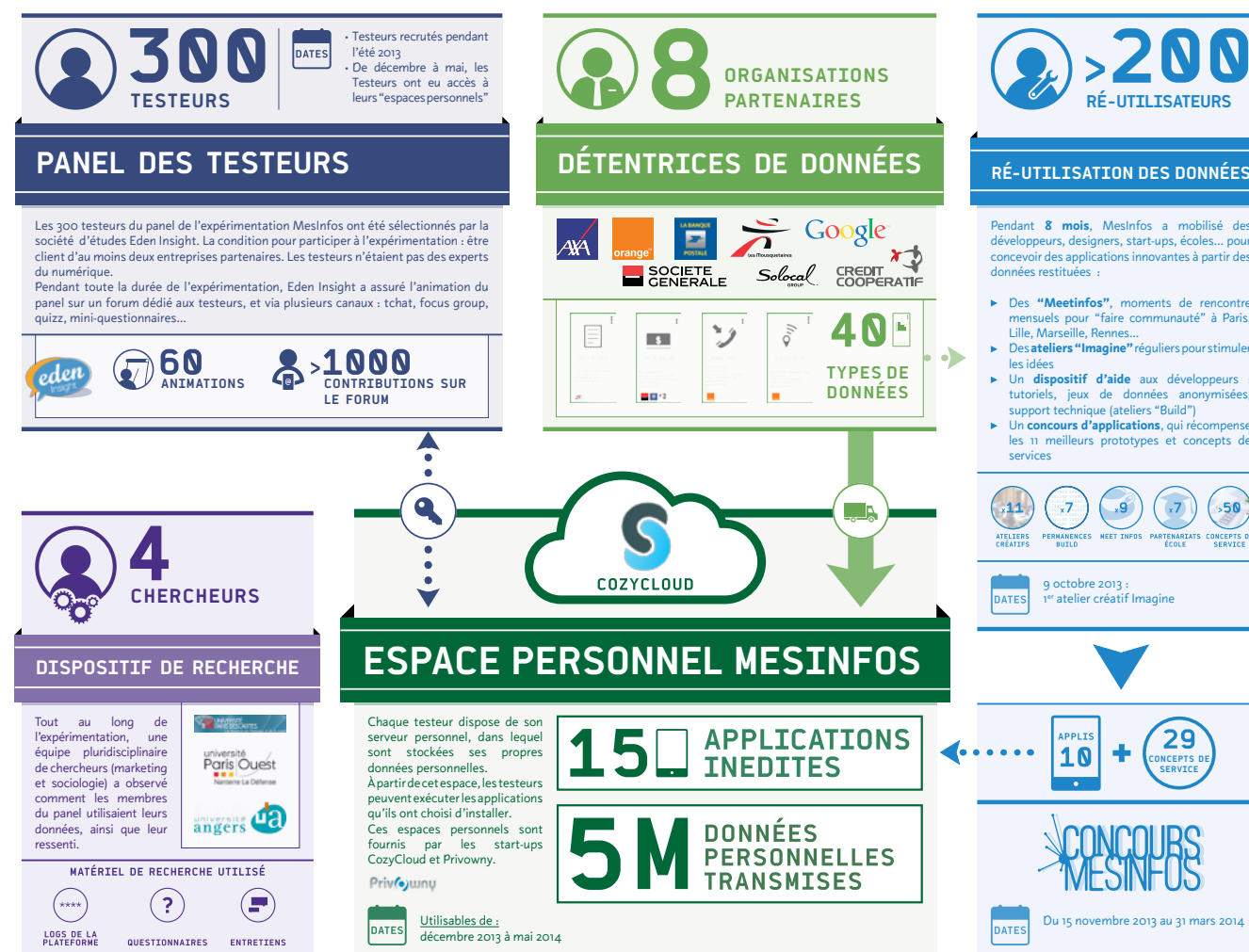
6 grandes entreprises "détentrices de données" ont transmis aux testeurs les données personnelles qu'elles détenaient sur eux : AXA (assurance), la Banque Postale, le Crédit Coopératif et la Société Générale (banque), Les Mousquetaires Intermarché (distribution), Orange (télécoms). Solocal Group et Ecometering (groupe GDF Suez) ont pris une part active à la conception de services destinés aux testeurs. Google est intervenu au travers de son service Google Takeout. Au total, 5 millions de données structurées ont été "restituées" : il s'agissait à la fois de données de transactions (relevé bancaire, géolocalisation, ticket de caisse, journal d'appel), de données de profil (identité, CSP...) et de données relatives à la relation entre l'entreprise et l'individu (dates d'échéance, contrats, points, segmentation...)

Plusieurs dizaines de "réutilisateurs", startups, développeurs indépendants, designers et étudiants ont imaginé des applications tournées vers les consommateurs, destinées à les aider à tirer parti de leurs propres données : 18 applications ont pu être prototypées et testées, et une cinquantaine de concepts ont été scénarisés et illustrés. Un concours a distingué les meilleures

idées et réalisations. Tout au long de l'expérimentation, des ateliers et une "hotline" ont facilité le travail des réutilisateurs. En ligne, un centre de ressources mettait à leur disposition la description des données, un espace développeur et des possibilités d'interaction directe avec les testeurs.

Une équipe de chercheurs en sociologie et en marketing a suivi

l'expérimentation, également menée sous la supervision de la CNIL.



L'ÉQUIPE MESINFOS

→ Marine Albarède -
malbarede@fing.org

→ Renaud Francou -
rfrancou@fing.org

→ Daniel Kaplan -
dkaplan@fing.org

SITE WEB

www.mesinfos.fing.org

DES ENSEIGNEMENTS FORTS

L'expérimentation a livré plusieurs enseignements utiles à tous ses participants et féconds pour l'avenir.

DU CÔTÉ DES INDIVIDUS, UNE PERCEPTION POSITIVE MAIS ABSTRAITE

→ Les individus sont plus conscients qu'on ne le croit de ce que les entreprises savent d'eux et de ce qu'elles font de leurs données. Ils s'en inquiètent... mais n'agissent pas nécessairement pour se protéger.

→ Plus on a confiance dans sa capacité à maîtriser ses données, plus on s'engage facilement dans l'échange de données avec des organisations.

→ Les individus apprécient le fait que des entreprises leurs "restituent" les données qui les concernent. Cependant, pour la grande majorité d'entre eux, les "données personnelles" restent un concept abstrait, et ils n'imaginent pas la forme qu'elles peuvent prendre, ni ce qu'ils pourraient en faire.

→ Ce n'est qu'au travers d'applications avant tout utiles, mais aussi relationnelles ou (plus secondairement) ludiques que les individus perçoivent (plutôt de manière positive) la valeur d'usage de leurs données : mieux connaître sa consommation pour la réduire, savoir qui sait quoi sur soi, publier des intentions d'achats, recevoir des conseils pertinents, comparer des offres, se faciliter le quotidien...

→ Les données personnelles ne sont pas nécessairement individuelles : elles sont aussi,

très souvent, familiales ou sociales. Beaucoup d'usages des données sont également sociaux : se comparer, partager des informations...

DU CÔTÉ DES DÉTENTEURS DE DONNÉES, UN CHANTIER DE GRANDE AMPLEUR

→ Les systèmes d'information des entreprises ne sont pas prêts à partager les données avec des milliers de clients ou usagers : ils n'ont tout simplement pas été conçus pour cela !

→ La restitution des données personnelles est un projet transverse à l'entreprise, qui mobilisera l'informatique, le juridique, le marketing, la relation clients, et une mobilisation de la direction générale pour venir à bout des "silos" où les données sont souvent enfermées.

→ Le retour des données personnelles aux individus intéresse deux types d'"utilisateurs" dont il faut comprendre les besoins et les contraintes : les individus, bien sûr, et les "réutilisateurs", ceux qui créeront les applications et les services dont se serviront les individus.

→ Les "détenteurs de données" doivent aussi, d'emblée, imaginer quels services eux-mêmes pourront proposer à leurs clients ou usagers.W

DU CÔTÉ DES RÉ-UTILISATEURS, UN NOUVEAU MARCHÉ ENCORE ÉMERGENT

→ Si l'on en juge par la richesse des services imaginés en quelques mois, le marché des Personal information management services (Pims) apparaît potentiellement vaste, divers... et encore largement inexploré au-delà de quelques "niches" (Quantified self, agré-

gateurs de données bancaires, "coffres-forts numériques"...)

→ Les entrepreneurs n'ont pas encore pris l'habitude d'imaginer des services fondés sur les données personnelles à destination des individus plutôt que des organisations.

→ La valeur des données est maximale lorsqu'elles se croisent avec d'autres données, mais ce n'est pas le plus facile à mettre en oeuvre, ni le premier réflexe des concepteurs d'applications.

→ Il n'existe pour l'instant pas de référentiel en termes d'architectures techniques, de standards, de business models etc., ce qui rend le travail des innovateurs potentiels plus incertain et difficile.

FAIRE ÉMERGER UNE DYNAMIQUE AUTONOME DU "SELF DATA" : 6 DÉFIS POUR DEMAIN

L'expérimentation MesInfos a permis de mettre en lumière 6 grands défis auxquels les acteurs engagés devront répondre dans les années à venir, pour que le "Self Data" prenne véritablement son essor.

1- LE DÉFI DE L'INTELLIGIBILITÉ

Comment rendre l'objectif du «Self Data» lisible, désirable, crédible et fédérateur pour une grande diversité d'acteurs ? Comment en faire percevoir la spécificité face au "big data" et la complémentarité vis-à-vis de l'enjeu de la protection des données personnelles ?

2- LE DÉFI DE L'EMPOWERMENT

Le simple accès à leurs données

ne donne en lui-même aucun pouvoir aux individus s'ils ne disposent pas des connaissances et/ou des outils pour les comprendre et en tirer parti. Comment faire en sorte que le "Self Data" distribue réellement des connaissances, des capacités et du pouvoir au plus grand nombre ?

3- LE DÉFI ÉCONOMIQUE

Le premier objectif du "Self Data" est de créer de la valeur d'usage au bénéfice des individus. Mais cela suppose que les organisations collaborent. Comment créer de la valeur économique autour des "Self Data", dans un partage vertueux entre individus, détenteurs de données et innovateurs ?

4- LE DÉFI TECHNIQUE

Le récit du "Self Data" (un individu qui obtient ses données des organisations avec lesquelles il est en relation, auxquelles il en ajoute d'autres, qui les administre, les exploite à ses propres fins...) soulève de nombreuses questions techniques. Comment faciliter la mise en oeuvre concrète du Self Data au travers d'outils automatisés et sécurisés mais aussi standardisés, décentralisés et interopérables, afin de promouvoir un écosystème d'innovation divers et dynamique ?

5- LE DÉFI JURIDIQUE

Comment faire en sorte qu'un monde de "Self Data" fournisse aux individus à la fois plus de pouvoir et plus de sécurité, sans créer d'incertitude juridique pour les organisations ni systématiquement déséquilibrer la relation en leur défaveur ?

6- LE DÉFI DE L'AMORÇAGE

Enfin, le "Self Data" n'existe aujourd'hui que de manière

embryonnaire. Comment créer une dynamique auto-entretenue d'innovation, d'usage et de création de valeur, suffisamment puissante pour faire évoluer les systèmes d'information des organisations, le marketing et la relation aux usagers, les grands prestataires techniques... ?

1 - Le cahier d'exploration MesInfos : <http://doc.openfing.org/MesInfos/MesInfos%20-%20cahier%20d%27exploration%20numérique.pdf>

"SI J'AI UNE DONNÉE SUR VOUS, VOUS L'AVEZ AUSSI. ET VOUS EN FAITES... CE QUI A DU SENS POUR VOUS!"

C'est autour de cette idée que, depuis 2012, la Fing et plusieurs partenaires ont engagé le projet MesInfos.

L'objectif : explorer ce qu'il se passerait si les organisations qui possèdent des données personnelles partageaient ces données avec les individus qu'elles concernent.

Plus largement, MesInfos explore le monde du "Self Data", c'est-à-dire 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.

UN NOUVEAU CHEMIN VERS LA CONFIANCE

Depuis des décennies, en effet, les entreprises et les administrations se sont dotées de moyens sans cesse plus performants de capturer, retenir, échanger et exploiter les données relatives à leurs clients et usagers. En revanche, les individus n'en retirent rien de vraiment perceptible : ni information, ni connaissance, ni capacités nouvelles. Cette asymétrie est

de plus en plus mal supportée. L'actualité témoigne à la fois de la soif de données des administrations comme des entreprises, et de l'impatience croissante que le public leur oppose. Dans le même temps, les enquêtes font état, dans la plupart des pays développés, d'une baisse continue de la confiance vis-à-vis des organisations comme de la fidélité vis-à-vis des marques. Comment recréer de la confiance et de la fidélité ? Faut-il anticiper des règles plus restrictives, des exigences nouvelles ? Le Cloud ou le Big Data pourront-ils continuer à se développer dans un tel contexte ?

La nécessaire protection juridique et technique des données personnelles ne peut suffire, d'autant que les individus, tous en exprimant une défiance croissante vis-à-vis de ce que les entreprises font de leurs données, participent peu à leur propre protection.

D'où l'idée d'explorer une nouvelle voie, qui consiste à mettre les individus en capacité de connaître et d'utiliser eux-mêmes leurs données, à leurs propres fins et sous leur contrôle : cette voie, nous l'appelons "Self Data".

MesInfos n'est pas seul à explorer cette voie. Les pionniers du "QuantifiedSelf", des "coffres-forts numériques", du "cloud personnel", des PIMS (Personal Information Management Systems) ou du VRM (Vendor Relationship Management), vont tous dans ce sens. Les projets gouvernementaux Midata (Royaume-Uni) ou Smart Disclosure (USA) aussi. Le

projet MesInfos collabore avec ces communautés tout en présentant plusieurs originalités :

→ Il explore plus particulièrement la question du "retour" aux individus des données personnelles que les organisations possèdent à leur sujet ;

→ Il a mené une expérimentation d'usage qui n'a pas d'équivalent dans le monde - c'est l'objet principal de ce document ;

→ Sa vision tente de fédérer ces différentes communautés sous l'enseigne des "Self Data".

LES PROMESSES DU SELF DATA

La maîtrise accrue de leurs données personnelles par les individus, ce que nous nommons "Self Data", devrait bien sûr bénéficier aux individus ; mais le "Self Data" ouvre également de nouvelles perspectives de création de valeur pour les organisations.

POUR LES INDIVIDUS :

→ Sortir d'une situation de "non-valeur" où ils subissent le marketing et la personnalisation

→ Plus de commodité et de simplicité

→ Une véritable perspective d'"empowerment" : s'aider des données pour mieux maîtriser

ses choix, sa santé, sa carrière, sa consommation, son temps, etc.

→ De nouveaux outils de contrôle, qui servent aussi à se projeter - et non pas uniquement à se protéger

POUR LES ORGANISATIONS :

→ Retrouver la confiance et la fidélité de leurs clients

→ Disposer de données de meilleure qualité : les clients auront d'autant plus d'intérêt à les garder à jour s'ils peuvent eux-mêmes en faire quelque chose !

→ Entendre ce que veulent vraiment les consommateurs en disposant d'un canal direct d'expression de la demande (appelé "Intentcasting")

→ Inventer de nouveaux services

→ Anticiper un "retour de bâton" réglementaire : le retour des données personnelles aux individus va en effet dans le sens de la législation actuelle ("consentement libre, informé et explicite", portabilité, droit à l'oubli, ...)

EXPÉRIMENTER LE RETOUR DES DONNÉES PERSONNELLES AUX INDIVIDUS

Depuis 2012, la Fing et les partenaires de MesInfos explorent le potentiel et les défis associés au retour des données personnelles aux individus qu'elles concernent. Ces premiers travaux se sont conclus en mai 2013 par la parution d'un "Cahier d'exploration"¹. Ce travail de référence cartographiait les opportunités et risques du partage des données personnelles entre organisations et individus, tout en explorant le nouveau marché de services qui pouvait s'ouvrir.

L'expérimentation qui s'est ouverte en octobre 2013 et achevée en mai 2014 visait à confronter ces visions à la réalité du terrain, en se focalisant sur la valeur d'usage des données pour les individus. Le document que vous avez entre les mains tire le bilan de cette expérimentation.

L'EXPÉRIMENTATION MESINFOS

2 - 321 recrutés, ayant donné leur consentement, en prenant en compte un taux de chute de l'échantillon à venir au cours de l'expérimentation.

3 - Lors d'un premier questionnaire posé au début de l'expérimentation, 48% déclarent passer entre 1 et 3h/jour sur internet, et 25 % d'entre eux déclarent y passer entre 3 et 6h/jour

L'EXPÉRIMENTATION EN BREF

→ **300 consommateurs volontaires** se sont emparés de leurs données personnelles et en ont imaginé de nouveaux usages ;

→ **8 grandes entreprises partenaires ont contribué au projet** : 6 d'entre elles ont transmis aux testeurs leurs données personnelles de manière sécurisée : AXA (assurance), Banque Postale, Crédit Coopératif, Société Générale (banque), Intermarché (distribution), Orange (télécoms). Solocal Group a pris une part active à la conception de services destinés aux testeurs. Google est intervenu au travers de son service Google Takeout.

→ **5 millions de données structurées** (relevé bancaire, géolocalisation, ticket de caisse, journal d'appel) ;

→ **18 applications imaginées par des startups**, des équipes d'étudiants et des développeurs indépendants ont été testées par les consommateurs ; plus d'une cinquantaine de concepts scénarisés et illustrés.

→ **1 équipe de chercheurs** a suivi l'expérimentation, également menée sous la supervision de la CNIL, et avec l'appui des pouvoirs publics

→ **6 prototypes et 3 concepts d'applications ont été récompensés** par le concours MesInfos, ainsi que 2 projets récompensés par des prix partenaires

→ **Une plateforme personnelle de données** mise en place pour la durée de l'expérimentation.

Lancée à l'automne 2013, l'expérimentation MesInfos a duré 8 mois, durant lesquels plus d'une cinquantaine d'acteurs (grosses entreprises, acteurs publics, écoles, startups,...) ont contribué au projet.

Pendant 8 mois, des grandes entreprises (banques, assurance, distribution, télécommunications) ont accepté pour la première fois de restituer à leurs clients, de manière anonyme et sécurisée, les données que ces derniers leur confient (consciemment ou non) tous les jours.

IL S'AGISSAIT, À TRAVERS CETTE EXPÉRIMENTATION :

→ D'identifier et analyser les applications innovantes qui émergent autour des données mises à disposition des individus, avec un objectif quantitatif d'au moins 10 prototypes et 40 concepts.

→ De mesurer les opportunités, les risques et les difficultés concrètes pour les détenteurs de données, les réutilisateurs et les usagers eux-mêmes.

→ D'évaluer les attentes, la perception, les difficultés des individus lorsqu'ils accèdent à leurs données et à des applications qui les invitent à en tirer parti.

→ D'engager une dynamique concrète et autonome de rééquilibrage de la relation entre les individus et les organisations,

au bénéfice de la confiance, au-delà de l'expérimentation.

2-1 LE DISPOSITIF DE L'EXPERIMENTATION (OCTOBRE 2013-MAI 2014)

300² testeurs volontaires ont accepté de récupérer leurs données personnelles détenues par des entreprises dont ils sont clients : données de tickets de caisse, données bancaires, données de communication, géolocalisation, contrats d'assurance, données de navigation,... Au total, 5 millions de données structurées ont été ainsi transmises durant l'expérimentation.

Ce panel n'avait pas vocation à être véritablement représentatif ; le principal critère de recrutement était "d'être client d'au moins deux organisations partenaires détentrices de données". Ce sont ainsi 321 personnes qui ont été recrutées en début d'expérimentation, avec une moyenne d'âge de 43 ans, et des usages du numérique plus ou moins développés³

L'essentiel des testeurs a été recruté au sein du panel de la société d'étude Eden Insights, par cette dernière. Afin d'assurer la représentation de tous les partenaires détenteurs de données au sein des testeurs, certains échantillons supplémentaires ont pu

être recrutés dans les premiers mois de l'expérimentation, sur le même critère que le panel (être client d'au moins 2 organisations).

INTENSITÉ DE CONNEXION

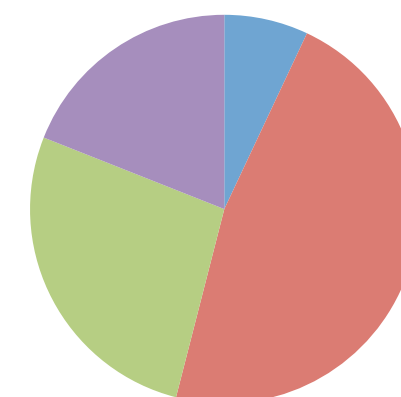
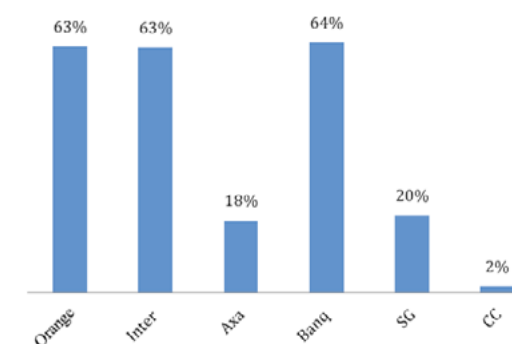
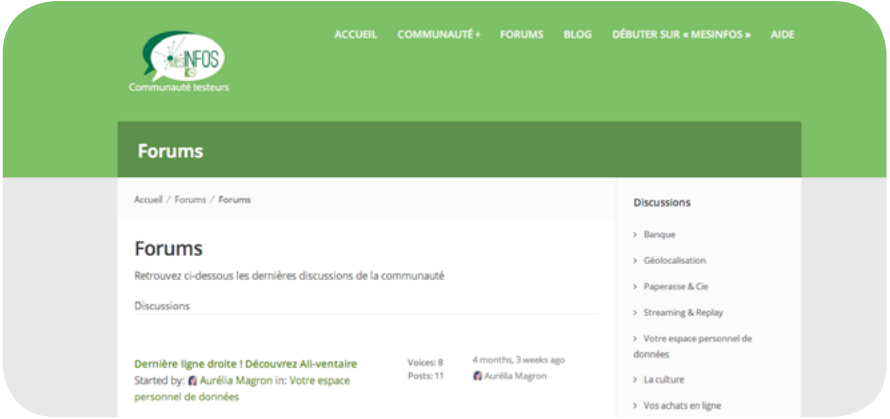


FIGURE 4

■ Plus 6h
■ Moins 1h
■ 1 - 3h
■ 3 - 6h



RÉPARTITION PAR NBR DE PARTENAIRES



4 - Voir le descriptif complet des données : <http://mesinfos.fing.org/donnees/>

6 ENTREPRISES
ENGAGÉES ACTIVEMENT
DANS LA RESTITUTION
DES DONNÉES PERSONNELLES À LEURS
CLIENTS

8 grandes entreprises partenaires ont contribué au projet. 6 d'entre elles ont transmis aux testeurs leurs données personnelles de manière sécurisée : un assureur (AXA), trois banques (la Société Générale, le Crédit Coopératif et la Banque Postale), un distributeur (les Mousquetaires), un acteur des télécommunications (Orange).

Solocal Group a pris une part active à la conception de services destinés aux testeurs. Google est intervenu au travers de son service Google Takeout.

Les détenteurs de données ont transmis aux testeurs des données variées⁴ (~40 types différents), de deux sortes :

- des données de transaction, générées lorsque les individus utilisent les services de leur fournisseur (ticket de caisse, trace de géolocalisation, journal d'appel, relevé de compte bancaire, ...),
- des données relatives aux

Eden Insight a également été en charge de l'animation de cette communauté de testeurs constituée, sur un forum visant à la fois à susciter des échanges de pair à pair, et permettant d'obtenir des réponses à certaines questions relatives à leurs propres pratiques numériques ou à l'expérimentation vécue.

caractéristiques de l'individu (son identité, sa personne et son foyer, ses véhicules, ses contrats, ses revenus, ...).

DONNÉES DE TRANSACTION

Elles représentent la quasi totalité du volume de données transmises lors de l'expérimentation. Ces données correspondent souvent à une action dont la date est précise (instant d'une géolocalisation, d'un passage en caisse, ...). Cependant, ces données ont été transmises aux testeurs avec une latence importante (jusqu'à un mois), due aux temps de traitements chez les partenaires, et au temps nécessaire à la transmission à chacun.

- Géolocalisation : Ma position géographique horodatée. Source : Orange (Position du mobile relevée toutes les 15' - MAJ journalière)
- Ticket de caisse (désignation, prix, code-barre de chaque article, date, total, numéro de caisse, ...). Origine : Intermarché MAJ hebdomadaire
- Écriture bancaire. Les écritures sur mes comptes en banque (date, montant, ...). Origine : Société Générale, La Banque Postale, Crédit Coopératif - MAJ journalières.

- Journal d'appel : mes communications téléphoniques (voix, sms, data), horodatées et géolocalisées. Origine : Orange - MAJ mensuelles.
- Historique Web : Historique de ma navigation Web. (url, horodatage, ...). Origine : Privowny - MAJ journalières.

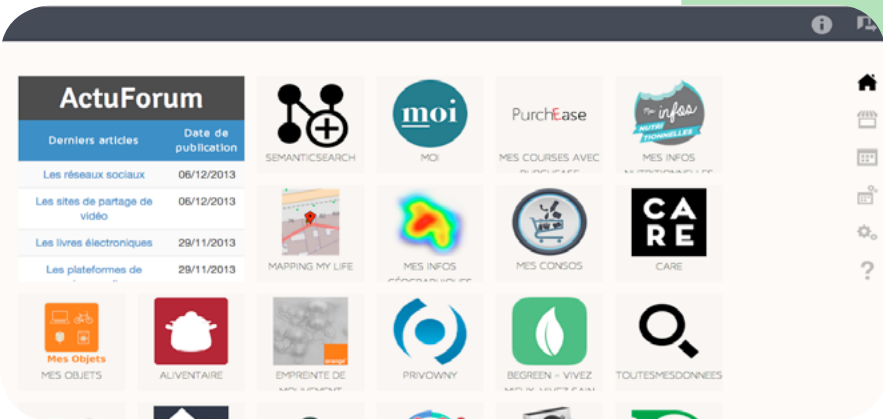
DONNÉES DE CARACTÉRISATION

À l'opposé des données de transaction, ces données sont beaucoup plus stables dans le temps. Elles sont néanmoins intéressantes par la diversité et la précision des informations qu'elle contiennent.

Certaines sont présentes chez quasiment toutes les organisations : ce sont d'une part les données qui concernent la relation entre l'individu et l'organisation (date de début de relation, chiffre d'affaire réalisé avec ce client, segmentation, ...), et d'autre part, des données sur l'individu (identité, CSP, situation familiale, date de naissance des enfants, ...).

A contrario, AXA dispose par exemple de données qu'on ne retrouve que chez les assureurs :

- Domicile (individuel ou collectif, taille, jardin ?, ...).
- Véhicule : auto, moto (immatriculation, puissance, âge, kilométrage, marque, ...).
- Contrats d'assurance (numéro, titulaires, personnes assurées, ...).
- Contrats d'assurance vie (montants, programmation des versements, ...).
- Les sinistres déclarés (nombre de sinistres par an).
- Quittances d'assurance (jour de prélèvement, mise en demeure, ...).



- Tarifications et paiements (mode de paiement, cotisations, ...).

D'autres données ont été transmises plus tard (ou n'ont pas pu être transmises du tout), mais ont pu servir à imaginer des services. C'est le cas des données d'énergie, exposées par Écométering (GDF-Suez) (puissance électrique instantanée, consommation électrique et de gaz, caractéristiques énergétiques du domicile, ...), et des données de Vidéo à la demande (Orange).

De plus, l'espace personnel a offert la possibilité aux testeurs d'utiliser un client mail, un agenda, ... et ainsi d'imaginer comment mélanger ces données aux autres.

UNE PLATEFORME
PERSONNELLE DE
DONNÉES MISE EN
PLACE POUR LA DURÉE
DE L'EXPÉRIMENTATION

Chacun des testeurs a eu accès à ses propres données personnelles (et uniquement les siennes) et à des services permettant d'en faire quelque chose. Concrètement, chaque individu a pu disposer d'une plateforme personnelle de données sécurisée, mise en place par la startup de cloud personnel CozyCloud, en association avec la startup Privowny.

Durant l'expérimentation, les testeurs pouvaient accéder à leur espace personnel MesInfos via leur navigateur Web. De là ils pouvaient utiliser et gérer de multiples applications.

CERTAINES APPLICATIONS ONT
ÉTÉ FOURNIES DÈS L'OUVERTURE
DE L'ESPACE PERSONNEL.

- L'application Toutes Mes Données proposait en quelques clics de visualiser toutes les données conservées dans son espace personnel. Il s'agissait néanmoins d'un outil de visualisation très basique : s'il était utilisable dans un objectif de contrôle (notamment la sup-



5 - La liste des projets lauréats est disponible à cette adresse : <http://mesinfos.fing.org/le-concours-mesinfos/>

pression des données), il ne permettait pas à proprement parler d'interpréter et visualiser clairement ses données...

→ L'application Privowny, accompagnée de son extension pour navigateur, proposait de collecter et visualiser des données de navigation : sites visités, informations données via des formulaires (téléphone, carte bancaires, email, ...), etc. Ces données étaient transmises à l'espace personnel. Les fonctions de visualisation prenaient la forme d'un tableau de bord auquel était associé un outil de recherche.

→ Enfin, l'application Actu Forum exposait l'activité du forum des testeurs MesInfos directement sur la page d'accueil de l'espace personnel.

Depuis leur espace personnel, comme sur un smartphone, les testeurs pouvaient installer en quelques clics des applications tierces qui ré-utilisaient leurs données personnelles. Lors de l'installation, les applications devaient obtenir le consentement des utilisateurs, pour qu'elles puissent accéder aux données.

Chacun des groupes de données utiles à l'application (géolocalisation, ticket de caisse, écriture bancaire, ...) était listé, accompagné d'une courte phrase expliquant pourquoi il était utile à l'application.

Les testeurs pouvaient choisir à tout moment de désinstaller les applications : elles étaient alors supprimées de leur espace personnel et ne pouvaient plus accéder à leurs données.

ARCHITECTURE DE LA PLATEFORME

Techniquement, la plate-forme de l'expérimentation MesInfos est construite à partir de Cozy.

Cozy est un pPaaS (personnel platform as a service). Chaque utilisateur dispose d'une instance Cozy, c'est à dire d'un serveur virtualisé avec sa propre base de données. A chaque utilisateur correspond une base de données, qui contient les données de toutes ses applications, et ses données personnelles.

Les données personnelles transmises par les partenaires étaient uniquement stockées dans l'espace personnel du testeur qu'elles concernaient.

MODE DE "DÉPÔT" DES DONNÉES

Les partenaires ont d'abord dû déposer les données dans un dépôt sécurisé. Elles ont ensuite dû être uniformisées (format de données) puis réparties entre les espaces personnels qu'elles concernaient, avant d'être supprimées de ce dépôt.

UNE ANIMATION DE LA RÉUTILISATION DES DONNÉES POUR FAIRE ÉMERGER DE NOUVEAUX SERVICES

Afin de faire émerger de nouvelles propositions d'usage, MesInfos a mis en place sur 8 mois une dynamique d'animation autour de la réutilisation des données.

Le cycle d'accompagnement des ré-utilisateurs concernait essentiellement les startups, établissements d'enseignement supérieur, développeurs et designers indépendants. Il associait animations en présentiel (le plus souvent sous formes d'ateliers), et ressources en ligne.

Ce cycle a été pensé en 3 phases, selon le degré d'avancement des projets :

→ "Imagine" : pour faire émerger des concepts de services / services scénarisés

→ "Build" : pour concrétiser les concepts en prototypes pouvant être testés par le panel,

→ "Run" : pour accompagner les projets vers le concours MesInfos et, pour certains, lors du test utilisateurs

ATELIERS

MesInfos a imaginé des ateliers collectifs adaptés à chacune des 3 phases du processus :

→ Des ateliers créatifs ("Imagine") largement ouverts, associant des ré-utilisateurs et des détenteurs de données, destinés à faire émerger des idées et concepts décoiffants ;

→ Des ateliers plus techniques ("Build") proposant aux ré-utilisateurs un accompagne-

ment technique personnalisé des prototypes, reposant sur une documentation technique solide (tutoriels, documentation,...) et sur un support des équipes techniques Fing / Cozy Cloud. Un accompagnement design a également été proposé lors de certains ateliers. Ces moments d'accélération ont également permis à l'équipe de repérer au plus tôt les points de blocage, d'y apporter des réponses et d'avoir une vue globale sur l'avancement des projets,

→ Des entretiens et moments de travail individuels avec les porteurs de projet, en phase de finalisation

CONCOURS

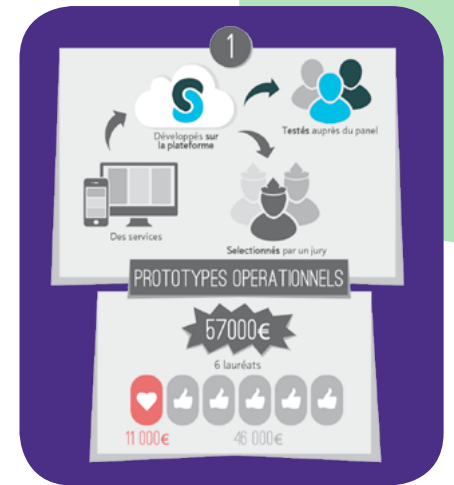
Un concours d'applications, ouvert de novembre 2013 à mars 2014, est venu récompenser les meilleurs projets imaginés et/ou prototypés à partir des données MesInfos.

2 catégories au choix pour les candidats :

→ "Prototypes" : utilisant au moins un jeu de données MesInfos et proposant un service testable par les panelistes avec leurs propres données dans leur espace personnel

→ "Concepts" : utilisant au moins un jeu de données MesInfos, et présenté sous forme scénarisée (description, scénario d'usage, illustration, mise en scène, business model, etc.)

29 candidats "concepts" et 10 candidats "prototypes" ont rendu une copie. Le concours a ainsi récompensé 6 prototypes et 3 concepts, ces projets se partageant 62 000 € (en moyenne, 8000 € pour les prototypes et



1500 € pour les concepts). 2 projets supplémentaires ont été récompensés par les partenaires. Les lauréats⁵ ont été annoncés lors d'un événement public le 23 juin, à Paris.

ANIMATION EN LIGNE

Tout au long du projet, les ré-utilisateurs ont eu à leur disposition un "centre ressource", comprenant :

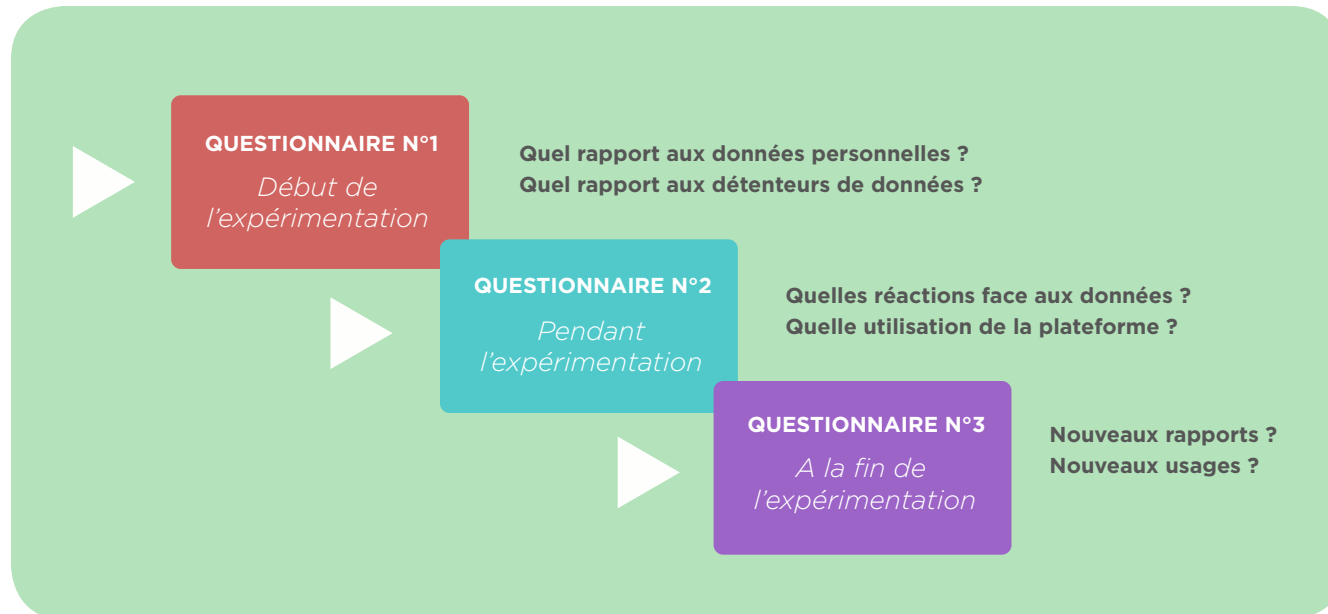
→ Une description complète des données

→ Un "espace développeurs", avec tutoriels, forum et hotline

→ Les règles du jeu illustrées du concours MesInfos

→ Des possibilités d'interaction directe avec les testeurs (chats, mini-questionnaire, discussion forums...)

3 TEMPS FORT DU DISPOSITIF D'OBSERVATION



7 - Annexe 1

8 - Annexe 2

9 - Accessible ici : http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2013/08/MesInfos_Expe_PlateForme_CdC_V2.pdf

Christophe BENAVENT,
Professeur des Universités
en Marketing, Stratégie,
méthodologie de la recherche
pour les sciences de gestion,
Université Paris Ouest.

Eric DAGIRAL, Maître de
conférences en sociologie,
Université Paris Descartes.

Caroline MILTGEN, Maître
de conférences en Sciences
Sociales - Sciences de Gestion
- Marketing et Stratégie,
Audencia, Nantes

Avec l'assistance de Sarah
MEDJEK, Doctorante en
Sciences de Gestion.

UN DISPOSITIF D'OBSERVATION DES USAGES ET TRAJECTOIRES DES TESTEURS

Afin de mieux connaître le rapport aux données personnelles des individus et d'observer leurs trajectoires d'usage tout au long de l'expérimentation, MesInfos s'est doté d'un "dispositif d'observation".

Trois grandes questions ont fait l'objet de ce travail :

→ Une fois leurs données personnelles partagées avec eux, qu'est-ce que les individus allaient en faire ? > Comment allaient-ils les exploiter ?

→ Qu'est ce que le partage de données pouvait impliquer pour les entreprises, en terme de relation-client ?

Concrètement, ce dispositif a reposé sur :

→ Une animation des 300 testeurs effectuée par la société d'études Eden Insight, via des sujets lancés sur le forum (voir précédemment), des micro questionnaires, et un focus group, organisé au printemps 2014. L'enjeu : recueillir les réactions des participants face à leurs données et aux services qui leur ont été proposés, et en tirer des verbatims éclairants.

→ Une équipe de chercheurs en sociologie, marketing et science de management, a mis en place un protocole de recherche, associant études quantitatives et qualitatives.

Les méthodes quantitatives :

Afin de mesurer l'attitude des individus face à leurs données personnelles, une série de trois questionnaires a été mise en place. Il s'agissait d'effectuer une série de mesures (1) avant que les testeurs

aient eu accès à leurs données personnelles, (2) une fois qu'ils ont eu accès à leurs données sur leur plateforme, (3) après qu'ils aient pu tester un certain nombre de services réutilisant ces données.

Plusieurs variables ont été mesurées dans ces trois questionnaires, enfin d'en tester l'évolution :

→ le niveau de préoccupation (le Privacy Concern) des individus face à la collecte de leurs données personnelles

→ la confiance des clients/usagers dans les entreprises détentrices de leurs données

→ les bénéfices attendus par les clients/usagers lors de la divulgation de leurs données personnelles

→ la perception des individus de leur propre efficacité à protéger leurs données

Une série de 9 entretiens avec des testeurs (face à face ou par téléphone) a été menée par le sociologue afin de recueillir des informations complémentaires, des verbatims, et d'éclairer l'expérience et le vécu des testeurs durant l'expérimentation.

2-2 RETOUR SUR LE PROCESS DE L'EXPERIMENTATION : 8 MOIS D'UNE EXPERIMENTATION ENGAGEANTE

L'expérimentation MesInfos était ambitieuse par bien des aspects : le nombre et la variété des acteurs autour de la table, le caractère novateur du sujet, les précautions techniques et juridiques à mettre en place... Tout ne s'est donc pas passé comme prévu... ce qui est un enseignement en soi !

UNE PRÉPARATION COMPLEXE, ET QUELQUES TÂTONNEMENTS

Près d'un an a été nécessaire pour construire l'expérimentation, savoir la raconter, rassembler les acteurs autour de la table, durant lequel il a fallu :

→ **Convaincre des organisations** de faire le pari de la restitution : une expérimentation comme MesInfos n'a vraiment de sens que si des organisations s'y engagent volontairement. Il faut donc être en capacité de convaincre divers interlocuteurs au sein des entreprises (marketing, DSI, innovation...) et donc d'identifier les opportunités mais aussi la charge de travail nécessaire pour chacun d'eux.

→ **Travailler aux conditions de faisabilité technique** et aux dispositifs à mettre en oeuvre durant l'expérimentation ; construire un cahier des charges de la plateforme, décrire le processus d'animation de la communauté de testeurs, construire le protocole de recherche, mais aussi instruire un certain nombre de questions techniques : quel cadre pour une restitution sécurisée des données aux bonnes personnes ? Quelles démarches et conditions pour être en conformité avec la loi Informatique et Libertés ? Comment assurer l'anonymat des panélistes dans la transmission de données ?

→ **Produire des documents de cadrage**

4 documents indispensables pour établir un climat de confiance et un cadre de travail commun :

> Une charte, qui précise "l'esprit" et les valeurs de MesInfos

> Un accord de consortium entre les partenaires

> Un accord de consentement signé par les testeurs

> Un cahier des charges de la plate-forme et des modalités de recrutement et d'animation des testeurs

→ **Identifier les données à restituer avec chaque partenaire** : quelles données dans les systèmes d'information des organisations ? Quelles données pouvaient être restituées aisément ? Lesquelles pouvaient avoir du sens pour les clients, une fois entre leurs mains ?

→ **Construire les étapes du recrutement des 300 testeurs** : identification des obligations au regard de la loi Informatique et Liberté, description des différents temps du recrutement (recrutement d'une dizaine d'alpha-testeurs, puis recrutement des 300 beta-testeurs deux mois plus tard), recueil du consentement des testeurs pour participer à l'expérimentation, vérification par les partenaires que les testeurs faisaient effectivement partie de leurs clients, élaboration d'un livret de prise en main des outils mis à disposition des testeurs (plateforme et forum)...

→ **Mettre en place la plateforme personnelle de données** : un certain nombre de développements ont été nécessaires pour adapter Cozycloud à l'expérimentation, permettre à 300 testeurs n'ayant pas forcément des usages très avancés du numérique de récupérer leurs données personnelles

Au-delà de tous ces éléments préliminaires, certains processus se sont révélés fastidieux, car inédits, et ont demandé une attention particulière avant que les 300 testeurs ne puissent recevoir leurs données :

10 - Cf Partie 3

→ du côté des organisations : retrouver les testeurs dans leur systèmes d'information, vérifier qu'ils étaient bien clients afin de leur restituer leurs données

→ du côté du recrutement : parvenir à mobiliser 300 testeurs, clients d'au moins 2 organisations, durant 6 mois

→ du côté des ré-utilisateurs enfin : assurer une documentation et un outillage de qualité, en documentant les données et la plateforme, mais aussi le chemin à suivre pour y développer une application...

IMPULSER ET ALIMENTER UNE ANIMATION POUR TOUS LES ACTEURS

A l'instar des démarches autour de l'Open Data, l'animation reste un des éléments centraux de telles expérimentations.

Deux points nécessitent une attention particulière :

→ Du côté des développeurs : accompagner et montrer la voie. Il est primordial de mettre en place un véritable accompagnement personnalisé des développeurs¹⁰. Par ailleurs, il est important de d' "amorcer la pompe". Les 4 premiers services prototypés dans la plate-forme l'ont par exemple été à l'initiative de l'équipe projet : il s'agissait au début de motiver les panélistes autant que les ré-utilisateurs, en montrant par l'exemple les potentialités du projet. Puis, la dynamique d'animation et la perspective du concours aidant, les autres prototypes ont été proposés par des développeurs indépendants, des équipes d'étudiants ou des designers. Deux de ces applications proviennent d'un des partenaire "détenteurs" de données - qui a donc lui aussi joué le jeu de la réutilisation !

→ Du côté des testeurs : une "vraie" animation nécessite beaucoup d'imagination. Si les applications prototypées leur ont permis de faire usage de leurs données, il s'est écoulé plusieurs semaines entre la restitution des données "telles quelles" et leur mise en ligne. Autant de semaines durant lesquelles les testeurs n'ont pas réellement pu les exploiter... Il a donc fallu les "maintenir en activité" sur le forum, en les incitant à discuter de sujets génériques, leur proposer des quizz, etc.

LE TEMPS DE L'ANALYSE

Le cadre technique et juridique élaboré en amont prévoyait que l'intégralité des données personnelles restituées aux testeurs, ainsi que leurs espaces personnels seraient supprimés à l'issue de l'expérimentation. Le 30 mai 2014, tous les comptes ont été ainsi supprimés.

11 - Sur les 321 recrutés
initialement

EN SYNTHÈSE

→ 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.

A. CE QUE NOUS APPRENNONS DES INDIVIDUS...

UNE CONSCIENCE FORTE DE CE
QU'IL ADVIENT DE LEURS DONNÉES
PERSONNELLES

Les testeurs ont révélé être tout à fait conscients du fait que leurs données sont collectées et traitées. Ils ont même une idée relativement exacte de ce à quoi ces données peuvent servir pour les organisations.

Dans l'ensemble, ces traitements effectués sont perçus de façon plutôt négative : 70% testeurs de MesInfos affirment ainsi au début de l'expérimentation ne pas avoir confiance dans l'usage que les entreprises feront de leurs données personnelles. Les testeurs de MesInfos affirment ainsi un fort intérêt de principe vis-à-vis d'un dispositif qui leur donne à la fois du contrôle et des services fondés sur leurs données.

« Les entreprises récupèrent plein de données, aujourd'hui il n'y a peut-être pas trop de trucs mal-faisants mais je ne sais pas trop dans un avenir proche, s'il n'y aura pas des possibilités de profiler les gens sur certains critères. »

Un testeur de MesInfos

PEU DE CONCRÉTISATION DE CETTE "PRISE DE CONSCIENCE"

Cependant, malgré la volonté affirmée de vouloir mieux se protéger, l'expérimentation révèle que les individus ne savent pas ou ne parviennent pas à utiliser les outils (techniques ou juridiques) mis à leur disposition pour le faire effectivement. Tout au plus se basent-ils sur le degré ressenti de "sensibilité" de certaines données pour les fournir ou non, ou éventuellement pour mal remplir cer-

tains champs dans les formulaires. Ces observations corroborent le Privacy Paradox identifié depuis des années par les chercheurs, les régulateurs et les militants de la privacy.

Cependant, si l'on excepte les informations d'identité et de profil qu'ils fournissent régulièrement sur le web, les "données personnelles" demeurent un concept abstrait aux yeux des individus testeurs. Ils imaginent ce qu'elles peuvent être (ma localisation, mes achats,...), mais pas la forme qu'elles peuvent prendre. Ils n'imaginent pas spontanément ce à quoi leurs données pourraient leur servir, et les perçoivent comme peu lisibles et utilisables. **Ce n'est qu'au travers d'applications avant tout utiles, mais aussi relationnelles ou ludiques qu'ils les perçoivent** : mieux connaître ma consommation pour la réduire, savoir qui sait quoi sur moi, déclarer des intentions d'achats, recevoir des conseils pertinents, comparer les offres et les tarifs, me faciliter le quotidien... Il est donc probable que le chemin vers les données, leur protection et leurs usages passera aussi et surtout par les services proposés.

Les applications attendues par les individus sont (au moins au départ) simples, voire monofonction : face à une application trop riche, les utilisateurs ont tendance à la décomposer en autant de services distincts que de fonctions (ou à la rejeter).

LA RESTITUTION DES DONNÉES PERSONNELLES N'EST PAS QU'UNE AFFAIRE INDIVIDUELLE...

On pourrait penser à tort que les données personnelles ne peuvent servir que des usages strictement individuels ; dans les faits, certaines données restituées (ou qui auraient pu l'être) dans l'expérimentation concernaient un foyer (données de ticket de caisse, de consommation énergétique,...). Or ce sont surtout des services concernant le foyer (famille, mais également colocations) qui ont du sens autour de ces données.

L'expérimentation a également révélé une forte appétence pour des usages "sociaux" de ses données personnelles : pouvoir les utiliser pour se comparer, comparer sa consommation, son activité, les tarifs que l'on paie, mais aussi pouvoir les partager avec des cercles de proches.

Ainsi, une "donnée personnelle" n'est pas forcément individuelle, ni confidentielle : son utilisation par un individu ou un ménage peut consister à la partager, l'exposer, etc.

CONFIANCE ET RELATION AVEC LES ORGANISATIONS

Les enquêtes menées pendant l'expérimentation montrent enfin que la réputation d'une marque ou la solidité des mesures de protection des données ne suffisent plus à convaincre un consommateur de partager certaines informations, même en échange de bénéfices tangibles. Le facteur décisif est la confiance que l'utilisateur a en sa propre capacité à contrôler ses informations. "Les politiques de protection des données doivent donc être complétées par une politique de "consumer empowerment", concluent ainsi les chercheurs associés au projet.

EN SYNTHÈSE

→ 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.

12 – Cette expression provient du monde de l'open data (l'ouverture des données publiques) pour désigner l'utilisation d'un document ou d'une donnée "à d'autres fins que celles [en vue desquelles elles] ont été élaborées ou sont détenues."

B. CE QUE NOUS APPRENNONS DES DÉTENTEURS DE DONNÉES...

RIEN N'EST PRÊT POUR PARTAGER LES DONNÉES AVEC LES CLIENTS OU USAGERS

Aujourd'hui, les données sont conservées et exploitées dans différents silos internes à l'entreprise. Certains sont déjà conçus pour interagir avec le client comme le service de facturation ou l'espace client web ; mais la plupart sont exploités uniquement par certains services de l'entreprise, qui sont les seuls à les utiliser et à faire évoluer. De ce fait, les données ne sont pas prêtes à être prises en main par d'autres personnes. Pour engager la restitution, les services métiers concernés doivent donc avant tout recenser et décrire exhaustivement les données, afin que les dizaines de champs inintelligibles du type "csp=CSP_89" se transforment en "catégorie socio-professionnelle = ouvrier", et deviennent compréhensibles par d'autres.

Il reste encore tout à faire autour de ce nouveau canal de communication entre les entreprises et leurs clients, en répondant à des critères de rapidité, de sécurité et de confidentialité. L'expérimentation a par exemple révélé les difficultés de l'identification des clients dans le système d'information. Selon les entreprises, 15% à 30% des clients n'ont pas pu être retrouvés, pour des causes diverses : contractant différent de l'utilisateur (forfait mobile au nom de l'employeur, ou du conjoint, ...), changement d'adresse, fautes de frappe, ...

Autre élément à noter, la notion de foyer est quasiment absente des systèmes d'information des entreprises : du coup, les données restituées peuvent indifférem-

ment concerner un foyer entier ou un individu, et l'entreprise ne le sait généralement pas.

UN PROJET INNOVANT TRANSVERSE ET CONTINU POUR LES DÉTENTEURS DE DONNÉES

La transmission de leurs données personnelles aux clients est donc un nouveau projet transverse de l'entreprise :

→ La DSI est sollicitée pour imaginer et mettre en place un système sécurisé et fiable de transmission des données

→ Les services métiers doivent documenter les données (et imaginer des services à proposer aux utilisateurs)

→ Les services juridiques doivent, s'assurer de la conformité réglementaire (notamment vis-à-vis de la Loi Informatique et Libertés) et de la protection des actifs immatériels de l'entreprise

→ Le marketing, la communication et la relation clients doivent imaginer des relations moins unilatérales avec des consommateurs disposant du même niveau d'information que l'entreprise, etc.

Dans l'expérimentation MesInfos, les entreprises detentrices de données étaient convaincues et volontaires pour transmettre les "self data" à leurs clients, à contre-courant de leurs pratiques depuis plusieurs décennies. Mais pour avancer sur les questions pratiques, cela a nécessité un travail d'information et de pédagogie auprès des collaborateurs internes.

La restitution des données personnelles est donc un projet complexe, transversal et vraisemblablement de longue haleine.

AU-DELÀ DE LA RESTITUTION, ANTICIPER LES BESOINS DES RÉUTILISATEURS

Les données restituées aux utilisateurs pourront être stockées dans des espaces personnels et seront le plus souvent "réutilisées"¹² par des applications ou services produits par des tiers. Ceci demande de nouvelles fonctionnalités aux systèmes d'information :

→ Les fréquences et la latence de transmission des données, par exemple, conditionnent la pertinence et donc l'existence de nombreux services, d'autant que dans l'expérimentation, ce sont les données de transaction qui ont été les plus réutilisées (donc souvent des flux de données réguliers). Mais le temps réel est une contrainte nouvelle à laquelle la plupart des systèmes d'information ne sont pas préparés.

→ Plus généralement, chaque silo a son propre vocabulaire, même si le sens des données est très proche. Par exemple, dans l'expérimentation, c'est la standardisation (ancienne) des données bancaires qui a permis de créer des applications fonctionnant, sans travail supplémentaire du réutilisateur, avec les données des trois banques partenaires. Sans cela, il est peu probable qu'une application aurait réutilisé les données de la banque ayant le moins de clients testeurs.

C'est aussi grâce à la standardisation que les réutilisateurs pourront développer des services (à l'intention des individus) qui croisent des données, personnelles et/ou issues de référentiels non personnels. De tels référentiels existent aujourd'hui en open data (Open Food Facts par exemple), mais ils ne couvrent pas tous les domaines, ou ne sont pas à un niveau de maturité suf-

fisant. Pour permettre l'émergence de services riches, il serait donc pertinent que les détenteurs de données (outre la restitution de données personnelles) donnent accès aux référentiels sectoriels ou privés qu'ils utilisent, via une démarche d'open data, ou via toute autre forme d'accord accessible à un petit acteur.

EN SYNTHÈSE

→ 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.

→ 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.

13 - Le service "TALI", un des lauréats du concours MesInfos

14 - Le service "Compwatch", candidat au concours

C. CE QUE NOUS APPRENNONS DES RÉUTILISATEURS...

UN NOUVEAU CONTINENT D'INNOVATION À LONG TERME

Le Self Data ouvre un véritable continent à explorer pour les innovateurs : celui des services de traitement de données personnelles par et pour les individus. La quantité et la variété des services imaginés ou prototypés dans MesInfos (cf Partie 4 du document) va largement dans le sens de cette intuition de départ.

Ce nouveau continent d'innovation constitue cependant un véritable défi pour les réutilisateurs et services tiers, qui n'ont pas l'habitude de traiter des données personnelles pour le compte des utilisateurs.

LA VRAIE VALEUR DU CROISEMENT

L'expérimentation révèle que la valeur d'usage des services, pour l'utilisateur final, augmente avec les croisements :

→ Croisement avec des données publiques (non nominatives), par exemple des données collaboratives ou issues de l'open data. Connaître le code barre et le prix d'un produit acheté en supermarché est intéressant, mais avoir sa photo, sa composition, ses informations nutritionnelles, son empreinte carbone l'est beaucoup plus... Ces informations reposent sur le croisement entre les données personnelles issues du ticket de caisse d'une part, et un référentiel de produits d'autre part.

→ Croisement de données personnelles de l'utilisateur issues de différents fournisseurs et univers (localisation,

données bancaires, mobilité, achats...)

→ Partage et croisement avec d'autres utilisateurs (comparaison, challenges...). Les services "sociaux" ont en particulier un vrai potentiel.

Mais le croisement des données est loin d'être évident pour les réutilisateurs, notamment parce qu'aujourd'hui, ce croisement est vraiment contrôlé : dans l'expérimentation, la plupart des services proposés utilisaient une seule source de données (ou peu de sources différentes de données).

UNE DEMANDE DE SIMPLICITÉ

Un autre défi sera pour les réutilisateurs d'inventer des services vraiment simples mais aussi monofonction et facile d'utilisation, qui susciteront l'intérêt des testeurs. L'expérimentation a mis en lumière une appétence des testeurs pour ce type de services, plutôt que pour des services complexes.

DES APPS, MAIS PAS SEULEMENT...

Les applications se nourrissant essentiellement de données, il n'est pas très étonnant que la plupart prennent la forme d'applications mobiles ou de service web.

Pour autant, certains concepteurs ont exploré le rapport aux objets, qu'il s'agisse par exemple d'un miroir de poche qui affiche ses cartographies relationnelles dynamiques¹³ ou d'une montre-boussole qui indique les points "chauds" d'une ville (entendre : où il se passe des choses) à partir de l'agrégation de données d'autres individus¹⁴. D'autres applications se proposent d'exploiter les flux de données générés par "mes" objets connectés...

Il y assurément ici un nouveau champ de possibles, que MesInfos n'a fait qu'effleurer.

DES PERSPECTIVES DE MARCHÉ... QUI NE SONT PAS IMMÉDIATES

L'expérimentation MesInfos a ouvert la voie avec plus de 50 idées et concepts imaginés, mais les services, modes relationnels, business models, architectures techniques restent à inventer !

Quels nouveaux modèles économiques pour ces acteurs tiers ? Comment faire en sorte que ces modèles ne reposent pas systématiquement sur la revente des données à d'autres entreprises ?

Le chemin qui reste à faire autour du Self Data est un vrai défi pour les entrepreneurs : ceux-ci ont en effet besoin de cycles courts, qui s'accrochent mal d'un sujet encore émergent comme le Self Data.

De l'expérimentation, nous tirons deux enseignements immédiats :

→ Les expérimentations "réduites", sans promesse de mise sur le marché rapide, posent problème, car elles signifient beaucoup d'efforts qui ne portent pas nécessairement leurs fruits par la suite ;

→ Développer de manière spécifique pour une plateforme émergente (en l'occurrence, celle de Cozy Cloud) est un vrai obstacle : la multiplicité des plateformes est en effet l'un des principaux problèmes des développeurs.

05

LES SERVICES ET APPLICATIONS

15 - L'ensemble des prototypes et concepts sont en ligne ici : <http://mesinfos.fing.org/services-tout/>



MESINFOS NUTRITIONNELLES

Prix "Coup de Coeur"

Un coach nutritionnel dans votre ticket de caisse

Patrice Delorme / Flavie Ferrari

Connaissance de soi



BE GREEN

Vivez mieux, vivez sain !

Samuel Renault / Lucas Fayolle Pierre Burgy / Pierre Guilhou / Thibault Haenlin / Hugo Mingoa (HETIC)

Conscience - Connaissance de soi

Les 8 mois d'expérimentation ont produit 18 prototypes (pouvant être utilisés par les testeurs avec leurs propres données) ainsi qu'une soixantaine de concepts¹⁵ - dont certains ont fait l'objet d'un véritable travail de scénarisation (maquette, scénarios d'usage, business models possibles, perspectives de développement...).

LES PROTOTYPES : L'UTILITÉ, AU COEUR DES SERVICES

Les 18 prototypes ont pour point commun de proposer un bénéfice d'ordre plutôt utilitaire aux testeurs, comme par exemple :

→ Naviguer dans ses données : MesInfos Semantic Search ("moteur de recherche de data" utilisant les standards du web sémantique), Toutes mes données (explorateur de données "brutes"), Moi (sorte de "Magazine mensuel de soi", produit également sous format papier).

→ Visualiser "autrement" : > sa consommation, à l'instar de Mes infos nutritionnelles (qui représente ses courses en fonction de leur valeur énergétique ou de leur contenu en lipides, glucides...) ou BeGreen (qui propose un bilan carbone à partir de ses achats).

> ses traces et déplacements : 4 applications se situent dans ce champ, comme Mes infos

géographiques (sur un fond de carte, sur lequel il est possible de zoomer dans le temps et l'espace) ou mes1001choses (qui montre ses points d'intérêts)

→ Gérer ses comptes et ses finances : 3 applications dans ce domaine, dont Mes-Comptes (service Open Source de gestion bancaire multi-comptes) et MonRelevéMalin (qui permet depuis une ligne de compte, de zoomer sur la facture correspondante)

→ Mieux consommer : que ce soit pour fluidifier ses listes de courses et ses points fidélité (PurChease), organiser son placard virtuel chez soi (AliVen-taire) ou extraire et conserver des éléments d'historiques comme des garanties (MesObjets)

LES CONCEPTS : UNE GRANDE DIVERSITÉ D'USAGES

Les concepts offrent évidemment plus de liberté aux concepteurs que ceux effectivement développés. Ils s'affranchissent notamment des contraintes techniques liées à la plate-forme, mais aussi des sources de données disponibles.

Cette liberté se traduit par une grande diversité d'usages, que nous avons classé en 7 grandes catégories :



1. Administrer son quotidien et ses informations

2. Maîtriser ses identités numériques et ses données personnelles

3. Mieux se connaître pour agir

4. Vivre avec ses valeurs

5. Découvrir, ressentir, faire partager...

6. Alimenter la production de connaissances collectives personnelles

7. Faire les bons choix et les appliquer

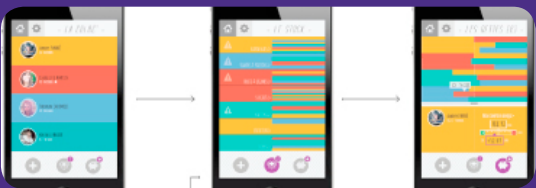


DATAFICTION

Datafiction, le site dont vous êtes le héros ! Vivez et Jouez des histoires qui vous feront découvrir et comprendre vos données personnelles

Nolwenn Maudet / Thomas Thibault

Contrôle - Vivre une expérience



COOL'OK

La colocation tranquille, avec le sourire

Amory Panné (ENSCI-Les Ateliers)

Gestion - Connaissance de soi

A l'instar des prototypes, la majorité des concepts se focalise sur des usages assez proches et propose un service avant tout utilitaire aux individus : mieux se connaître, se faire aider dans ses choix et ses pratiques de consommation, rester en bonne santé, mieux gérer sa paperasse ou son budget au quotidien, contrôler ce que des tiers savent de moi,... (cf la liste des lauréats au concours, assez emblématique de l'ensemble des idées émises)

L'univers "Faire les bons choix et les appliquer", dont les outils de VRM sont l'emblème n'a pas non plus été plébiscité. Ces outils supposent en effet un dialogue bidirectionnel entre l'utilisateur et le système d'information des entreprises - et par conséquent une complexité supplémentaire. GarantBox propose pour autant de conseiller les individus pour contracter (ou pas) une garantie lors d'un prochain achat, à partir de l'usage réel des garanties par des milliers de consommateurs.



GARANTBOX (CONCEPT)

Reprenez le contrôle sur vos garanties

Pierre-Edouard Barrault / Kévin Béchu / Karim Ennassiri / Camille Leblond (Master "Architecture de l'Information", ENS Lyon)

Gestion - Contribution

D'AUTRES DOMAINES ONT ÉTÉ EN REVANCHE ASSEZ PEU EXPLORÉS.

Peu proposent par exemple de "Vivre une expérience", sans bénéfice clair et tangible, privilégiant une approche ludique, sensible ou émotionnelle de la donnée.

TALI utilise par exemple les données personnelles "vivantes" (contacts, géolocalisation, appel, envoi de sms et mails) pour proposer des cartographies de ses interactions... Raconte moi une histoire propose une exploration de ses traces et contributions en ligne sous forme de video dynamique, sans pour autant fournir un quelconque bilan ou statistique.



TALI

Si les données sont notre reflet, alors Tali est leur miroir

Nathalie Signoret / Ryslaine Moulay (Strate College)

Vivre une expérience - Connaissance de soi - Décision et action

LES LAURÉATS DU CONCOURS

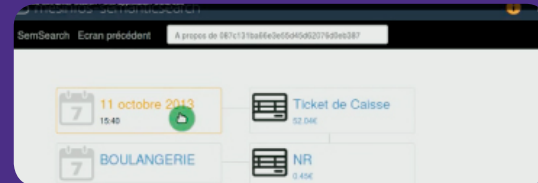
■ CATÉGORIE PROTOTYPE

**MESINFOS NUTRITIONNELLES****Prix "Coup de Cœur"**

Un coach nutritionnel dans votre ticket de caisse

Patrice Delorme / Flavie Ferrari

Connaissance de soi

**MESINFOS SEMANTIC SEARCH**

Explorer ses données personnelles

Pierre-Alexandre Kofron / Romain Foucault

Gestion - Connaissance de soi

**ALI-VENTAIRE**

Mes courses selon mes envies, mon budget, mon régime alimentaire, mes recettes...

Antoine Goupille (ENSCI) / Pierre Rousseau

Gestion

**PURCHASE**

Tous les services de vos courses, sur applis mobiles

Gregory Thurin et l'équipe Skerou

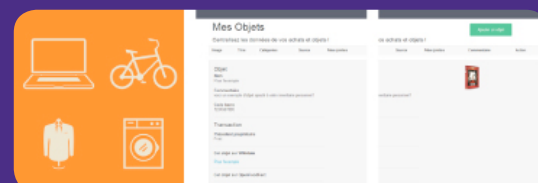
Gestion

**BE GREEN**

Vivez mieux, vivez sain !

Samuel Renault / Lucas Fayolle Pierre Burgy / Pierre Guilhou / Thibault Haenlin / Hugo Mingoïa (HETIC)

Conscience - Connaissance de soi

**MESOBJETS**

Créez l'inventaire de vos objets

Michael Fozu / Maxime Lathuilière (simplon.co)

Gestion - Connaissance de soi - Contribution

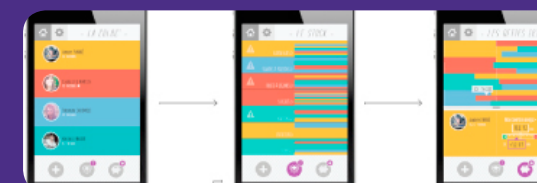
■ CATÉGORIE CONCEPT

**DATAFICTION**

Datafiction, le site dont vous êtes le héros ! Vivez et Jouez des histoires qui vous feront découvrir et comprendre vos données personnelles

Nolwenn Maudet / Thomas Thibault

Contrôle - Vivre une expérience

**COOL'OK**

La colocation tranquille, avec le sourire

Amory Panné (ENSCI-Les Ateliers)

Gestion - Connaissance de soi

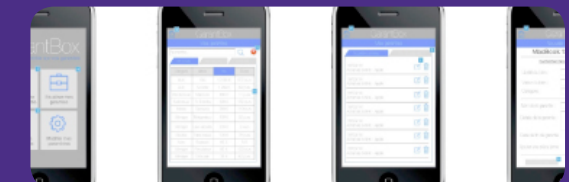
**TALI**

Si les données sont notre reflet, alors Tali est leur miroir

Nathalie Signoret / Ryslaine Moulay (Strate College)

Vivre une expérience - Connaissance de soi - Décision et action

■ PRIX PARTENAIRE - LA POSTE

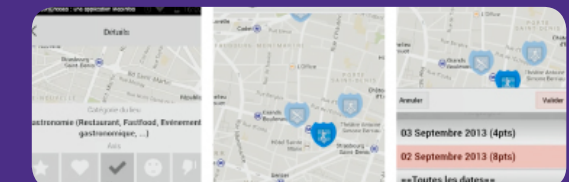
**GARANTBOX (CONCEPT)**

Reprenez le contrôle sur vos garanties

Pierre-Edouard Barrault / Kévin Béchu / Karim Ennassiri / Camille Leblond (Master "Architecture de l'Information", ENS Lyon)

Gestion - Contribution

■ PRIX PARTENAIRE - ORANGE

**MES1001CHOSES (PROTOTYPE)**

Élargissez vos horizons !

Charles Douangvichith / Olivier Douangvichith

Connaissance de soi

ALLER UN CRAN PLUS LOIN : LES DÉFIS DU “SELF DATA”

06 - Aller un cran plus loin : les défis du “Self Data”

A quelles grandes questions devons-nous répondre pour que l'écosystème des “Self Data” prenne véritablement son essor ? Quels défis les acteurs engagés dans la dynamique des Self Data vont-ils devoir résoudre ces prochaines années ?

L'expérimentation menée en 2013-2014 nous permet d'identifier 6 grands défis à relever.

1- LE DÉFI DE L'INTELLIGIBILITÉ

COMMENT RENDRE L'OBJECTIF DU “SELF DATA” LISIBLE, DÉSIRABLE, CRÉDIBLE ET FÉDÉRATEUR POUR UNE GRANDE DIVERSITÉ D'ACTEURS ?

Le sujet des “data” est tellement à la mode, la question de la protection des données personnelles tellement actuelle, qu'il est facile de rater la spécificité du “Self Data” : s'agit-il d'une variante des “Open Data” (données ouvertes, généralement publiques), des “Big Data” (données massives), du “Quantified Self” (mesure de soi) ? Est-ce encore une nouvelle mode numérique, que recouvrira la vague suivante ? Ou bien, s'agit-il d'une nouvelle manière de protéger les données personnelles ?

La définition actuelle est la suivante : **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.

Il faudra l'améliorer afin de :

→ Clarifier l'univers des “Self Data” et la manière dont il se situe dans l'univers encombré des “x Data”.

→ Préciser l'objectif et surtout, l'exprimer à la fois du point de vue de la société et de celui des individus et des besoins concrets auxquels il s'agit de répondre. Sans adhésion des individus, il n'y aura en effet pas de Self Data.

→ Définir les contours du “mouvement” Self Data, des promesses qu'il incarne, des acteurs qu'il concerne et des valeurs qui l'unissent.

2- LE DÉFI DE L'EMPOWERMENT

COMMENT FAIRE EN SORTE QUE LE SELF DATA DISTRIBUE RÉELLEMENT DES CONNAISSANCES, DES CAPACITÉS ET DU POUVOIR AU PLUS GRAND NOMBRE ?

Le simple accès à leurs données ne donne en lui-même aucun pouvoir aux individus s'ils ne disposent pas des connaissances et/ou des outils pour les comprendre et en tirer parti. Au contraire, il peut faire naître un risque, celui

de ne retrouver la main sur ses données que pour la reperdre au profit de grandes plateformes qui se chargeront volontiers de nous décharger de ce souci...

Trois grands sujets devront être traités :

→ La commodité et la simplicité : comment rendre l'accès aux Self Data aisé et simple, sans pour autant inviter les utilisateurs à tout déléguer à des «services» ou des plateformes dont ils ignoreraient tout ?

→ L'ouverture : comment faire du Self Data un moyen d'élargir ses perspectives, plutôt que de se refermer sur ses cercles, ses relations, ses centres d'intérêt (la filter bubble d'Eli Pariser)¹⁶ ?

→ L'indépendance : comment éviter que l'hébergement des données ne se transforme en enfermement de l'individu dans l'écosystème d'une plateforme ou dans un dispositif technique ?

3- LE DÉFI ÉCONOMIQUE

L'expérimentation a démontré que le Self Data peut produire une valeur d'usage importante au bénéfice des utilisateurs ; d'autres initiatives ou réflexions en démontrent l'importance potentielle. Par exemple :

→ Selon le rapport à l'origine du projet Midata¹⁷, la simple comparaison des forfaits

mobiles, fondée sur leurs données de consommation réelle, pourrait permettre à 79% des consommateurs britanniques d'économiser près de 250 € par an ;

→ Les scénarios d'intent-casting, dans lesquels les consommateurs (la demande) peuvent exprimer leurs intentions d'achat avec précision et attendre des réponses des offreurs, pourraient significativement réduire les “coûts de coordination” qui sont à l'origine de l'inflation continue des dépenses de marketing. Des marchés plus efficaces génèrent par définition un surplus économique.

Pour autant, de nombreuses questions doivent encore trouver une réponse :

→ Qui paiera quoi ? Dans un marché “déformé” par la gratuité apparente des services, les consommateurs se montreront-ils prêts à payer les services et si oui, sous quelles conditions ? Peut-on imaginer des formes créatives (inclusion dans d'autres forfaits, pourcentage sur les économies réalisées...) ? Existe-t-il des formes de paiement par des tiers qui ne s'apparentent pas, du point de vue des consommateurs, à un pacte faustien¹⁸ ?

→ Alors que “leurs” données sont présentées comme l'un de leurs principaux actifs, quelle valeur économique les détenteurs de données peuvent-ils

générer et/ou capturer en partageant ces données avec leurs clients ou usagers ? Peut-on valoriser la confiance, le gain éventuel de fidélité, les opportunités commerciales générées, les nouveaux services possibles ?

→ Comment créer un écosystème vertueux ? Comment la valeur peut-elle circuler entre consommateurs, détenteurs de données, plateformes d'hébergement des données (cloud personnel, coffres-forts, entrepôts personnels de données...) et fournisseurs de services innovants ? Comment éviter la formation de grands monopoles ou points de contrôle ?

→ Comment élargir le marché ? Comment, en particulier, relier des marchés aujourd'hui séparés : les appareils de mesure de soi (santé et sport), les coffres-forts numériques, les serveurs personnels, les agrégateurs de comptes bancaires, les outils de protection de la vie privée, etc. ?

4- LE DÉFI TECHNIQUE

COMMENT FACILITER LA MISE EN OEUVRE CONCRÈTE DU SELF DATA AU TRAVERS D'OUTILS AUTOMATISÉS ET SÉCURISÉS MAIS AUSSI STANDARDISÉS, DÉCENTRALISÉS ET INTEROPÉRABLES, AFIN DE PROMOUVOIR UN ÉCOSYSTÈME D'INNOVATION DIVERS ET DYNAMIQUE ?

16- http://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble

17 - “Better Choices: Better Deals - Consumers Powering Growth”, BIS, 2011

18 - La rémunération des internautes en échange de leurs données relève d'un tel pacte : en vendant leurs données brutes pour quelques euros, ceux-ci permettent à l'entreprise qui les achète de capter toute la valeur liée à leur transformation en informations et connaissances. L'exemple des forfaits téléphoniques britanniques montre à lui seul que les consommateurs ont infiniment plus à gagner en traitant eux-mêmes leurs données.

Le récit du Self Data est celui d'un individu qui [1] obtient ses données des organisations avec lesquelles il est en relation (et en ajoute d'autres qu'il capte ou produit lui-même), [2] les stocke et les administre (avec l'aide de prestataires), [3] en négocie en toute conscience l'utilisation par des tiers, et [4] les exploite à ses propres fins (généralement à l'aide d'applications ou de services tiers). Ce récit apparemment simple soulève en réalité de nombreuses questions, en particulier sur les plans technique et juridique (voir § suivant).

→ Obtenir ses données suppose à la fois d'identifier de manière sûre l'individu qui les requiert et de mettre en place des protocoles techniques automatisés et sécurisés de transmission, qui différeront vraisemblablement selon qu'il s'agira de répliquer des données ou, par exemple, d'accéder à des données en temps réel. Nous avons vu plus haut que, même si les technologies et les protocoles nécessaires existent, les systèmes d'information des entreprises ne les utilisent pas encore à grande échelle. Ces dispositifs devront reposer sur des bases communes, simples et neutres, pour être adoptées à une large échelle et éviter une fragmentation coûteuse et complexe.

→ L'administration des données reposera sur des outils techniques et des plateformes de services, qui se développeront librement mais devront garantir une totale portabilité des données, voire une interopérabilité. Elle aura également besoin d'un travail important sur la sémantique des données, de manière à faciliter la compréhension, l'agrégation et l'exploitation des données par les utilisateurs comme par les “réutilisateurs”.

→ La négociation de l'usage

des données par les tiers nécessitera un travail important sur l'expression du consentement et des règles d'usage de leurs données par les individus, puis le suivi de la circulation et de l'usage des données en conformité (ou non) avec le consentement accordé. Ces travaux se rapprochent de ceux qui sont menés depuis longtemps autour des licences d'utilisation de données ouvertes ou encore, de l'expression sous forme informatique des licences Creative Commons. L'introduction de la notion de groupes d'individus (famille, foyer, entreprise...) compliquera encore la donne.

→ L'exploitation des données par et pour les individus reposera le plus souvent sur des logiciels ou des services tiers, ce qui nous ramène à la question de la traçabilité des données, des droits et des usages.

II 5- LE DÉFI JURIDIQUE

COMMENT FAIRE EN SORTE QU'UN MONDE DE “SELF DATA” FOURNISSE AUX INDIVIDUS À LA FOIS PLUS DE POUVOIR ET PLUS DE SÉCURITÉ, SANS CRÉER D'INCERTITUDE JURIDIQUE POUR LES ORGANISATIONS NI SYSTÉMATIQUEMENT DÉSÉQUILIBRER LA RELATION EN LEUR DÉFAVEUR ?

Là encore, les grandes questions peuvent se fonder sur les quatre moments du “récit du Self Data” décrit au paragraphe précédent :

→ Obtenir les données que les organisations possèdent à son propos et les utiliser à son propre compte est-il un droit (au-delà de l'actuel “droit d'accès”) ? Si oui, jusqu'où s'étend-il ? Quelle forme prend-il (un droit d'accès, un droit de propriété...) ? Et qu'est-

ce qui le rendrait effectif ?

→ Quelles obligations le stockage et l'administration des données fait-il peser sur les individus eux-mêmes et sur les prestataires qui l'assistent dans cette tâche : sécurité, loyauté, portabilité... ? Comment rendre ces obligations intelligibles et applicables ? Comment clarifier les devoirs des gestionnaires d'entrepôts de données personnels, organiser la transparence du marché, rendre effective la portabilité ? Faudra-t-il envisager un dispositif de labellisation ?

→ Comment permettre aux individus d'exprimer des “conditions générales d'accès et d'utilisation” (CGAU) applicables par défaut, symétriques des “conditions générales d'utilisation” des prestataires ? Comment, ensuite, mener un dialogue clair lorsque, dans un contexte précis, certaines de ses données sont requises ? Comment éviter qu'à cette occasion, l'asymétrie d'information et de pouvoir ne conduise les individus à céder plus d'information demain qu'aujourd'hui, sans nécessairement en retirer plus de valeur ? Comment s'assurer que les limites du consentement donné sont respectées, non pas seulement par celui qui l'obtient, mais par tous ceux avec lesquels il travaille, et non seulement dans l'instant, mais dans la durée ?

→ Se pose en outre la question de l'exactitude des données : y aura-t-il des cas où, en contrepartie de la plus grande exigence des individus devant les demandes de données des entreprises, celles-ci peuvent exiger que les données qui leur sont fournies sont exactes et à jour ?

→ Comment, enfin, réfléchir aux enjeux juridiques des trai-

tements “sociaux” réalisés par des individus : comparaisons avec d'autres individus, graphes relationnels, “taggage” d'informations relatives à d'autres individus, etc. ?

II 6- LE DÉFI DE L'AMORÇAGE

COMMENT CRÉER UNE DYNAMIQUE AUTO-ENTRETENUE D'INNOVATION, D'USAGE ET DE CRÉATION DE VALEUR ?

Ce dernier défi concerne la communauté des acteurs du Self Data, qui reste aujourd'hui éclatée entre communautés séparées : PFM (personal finance managers), serveurs personnels, coffres-forts, cloud personnel, PDS (personal datastores), acteurs du quantified self, du VRM (Vendor Relationship Management), etc. Seule la fédération de ces communautés, accompagnée de l'émergence d'une réelle dynamique d'usage et de création de valeur, sera susceptible d'enclencher une dynamique suffisamment puissante pour faire évoluer les systèmes d'information des organisations, le marketing et la relation aux usagers, les grands prestataires techniques...

Trois grands sujets nous semblent en particulier devoir être traités :

→ Déblayer le terrain en mettant en place certaines des “briques” essentielles à un monde de Self Data : des plateformes personnelles d'hébergement des données, des dispositifs sécurisés de déploiement des applications, un recensement des standards (techniques et sémantiques) utilisables, un travail sur les accords de consentement et les licences d'utilisation...

→ Identifier, même de

manière provisoire et fragile, des premières pistes de modèles économiques.

→ Rechercher des services “déclencheurs” (killer apps), au travers d'une multitude d'initiatives entrepreneuriales et/ou d'expérimentations. Trois stratégies peuvent se combiner en ce sens :

> Travailler avec les geeks, les early adopters, les utilisateurs compétents voire militants : même si leurs besoins diffèrent clairement de ceux du grand public, ces utilisateurs “pilotes” peuvent jouer un rôle essentiel en contribuant activement à l'émergence et à l'amélioration des premières plateformes et applications.

> Creuser des pistes sectorielles, à l'instar des Etats-Unis avec le Green Button (données de consommation d'énergie), le Blue Button (données de santé) et le Purple Button (données de formation). Si la valeur des données croît de manière exponentielle avec leur diversité, une approche sectorielle peut atteindre plus rapidement un effet de masse attractif pour les innovateurs.

> Stimuler l'émergence d'une multitude d'initiatives innovantes et les aider à se connaître, à travailler ensemble et à travailler avec les grandes entreprises et administrations, de manière à leur permettre d'accéder rapidement à des marchés significatifs.

REMERCIEMENTS

Ces 12 derniers mois, plus de 30 entreprises, acteurs publics, organismes de recherche, écoles, associations, collectifs, dispositifs de soutien à l'innovation... ont contribué à cette expérimentation.

PARTENAIRES DU PROJET

PARTENAIRES ASSOCIÉS

PARTENAIRES CONCOURS

PARTENAIRES TECHNIQUES

PARTENAIRE PANEL

INITIATEUR ET COORDINATEUR DU PROJET: LA FONDATION INTERNET NOUVELLE GÉNÉRATION

Créée en 2000, la Fing produit et partage des idées neuves et actionnables pour anticiper les transformations numériques.

COORDINATION GÉNÉRALE

- Marine Albarède - malbarede@fing.org
- Renaud Francou - rfrancou@fing.org
- Daniel Kaplan - dkaplan@fing.org

COORDINATION TECHNIQUE DE L'EXPÉRIMENTATION

- Guillaume Jacquart - gjacquart@fing.org

EQUIPE RECHERCHE

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

L'ÉQUIPE D'ANIMATION MESINFOS		PARTENAIRES "RÉ-UTILISATION"	
COORDINATION (FING) - Marine Albarède - Renaud Francou - Guillaume Jacquart - Daniel Kaplan - Avec le renfort des "super-stagiaires": Carole Leclerc, Pierre-Julien Cazeaux, Cédric Lombion, Pierre François Tachon, Lucas Linares	DESIGN - Julien Defait - Anthony Ferretti / Collectif Bam - Martin Cahen - Sandra Rey RECHERCHE - Christophe Bénavent, Université Paris X Nanterre - Eric Dagiral, Université Paris Descartes - Sarah Medjek, Université Paris X Nanterre / Fing - Caroline Miltgen, Université d'Angers	ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR - DSAA (Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués) Design mention graphisme - Lycée St Exupéry, Marseille - ENSCI-Les Ateliers, Paris - Master "Architecture de l'Information", ENS Lyon - Ecole de design de Nantes - Les Gobelins, Paris - HETIC, Montreuil - Strate College, Sèvres	SOUTIEN À L'INNOVATION - La Boate, Marseille - La Cantine de Rennes - Le Mutualab, Lille - Le NUMA, Paris - La WebSchool Factory
RÉ-UTILISATION Simon Chignard			

LA FING A LE SOUTIEN DE :

ANNEXE 1 - LA CHARTE DE PRINCIPES MESINFOS

Le projet MesInfos explore les conditions d'émergence, les opportunités et les risques du retour aux individus des données personnelles que les organisations détiennent sur eux. Les entreprises, administrations, associations et laboratoires pionniers réunis autour de l'expérimentation MesInfos adhèrent aux principes suivants :

01.

MesInfos vise à retourner aux individus la connaissance, le contrôle et l'usage des données qui les concernent. Toutes les activités et les connaissances liées au projet seront évaluées au regard de cet objectif.

02.

Les plates-formes, applications et services testés dans le cadre de MesInfos s'adressent aux individus et visent à leur permettre de faire usage de leurs données à leurs propres fins. Les individus doivent choisir d'activer ou non une application ou un service sans faire l'objet d'une quelconque sollicitation qu'ils n'auraient pas préalablement programmée.

03.

MesInfos, ainsi que les services et applications qui s'en réclament, respectent de manière stricte la lettre et l'esprit des directives européennes relatives à la protection des données personnelles ainsi que de la loi " Informatique et Libertés ".

04.

En particulier, les données restituées aux individus, ou celles qu'ils auraient eux-mêmes captées ou entrées dans le cadre de MesInfos, sont placées sous leur contrôle exclusif. Elles seront intégralement supprimées au terme de l'expérimentation. Pendant l'expérimentation, un service ou une application ne pourra en faire usage que sur leur consentement préalable, informé et explicite. Celui-ci précisera les données demandées, les finalités recherchées, et la durée de conservation. Ce consentement devra être renouvelé au minimum chaque semaine.

En outre, dans le cadre de l'expérimentation de MesInfos :

05.

Les participants de l'expérimentation MesInfos partagent l'objectif de produire une connaissance commune et utile à tous à propos des conditions d'émergence, des opportunités et des risques du retour aux individus de leurs données personnelles. A ce titre, ils acceptent que l'expérimentation se déroule à ciel ouvert et que ses enseignements soient rendus publics, à l'exception des informations ayant un caractère personnel et des informations fournies par les participants dont ils auront préalablement indiqué le caractère confidentiel.

06.

En particulier, les participants s'engagent à ne pas s'approprier, ni chercher à se faire accorder l'exclusivité, des idées, des concepts et des fonctionnalités proposés pendant l'expérimentation.

ANNEXE 2 - ACCORD DE CONSENTEMENT SIGNÉ PAR LES TESTEURS MESINFOS

08 - Annexe 2 - Accord de consentement signé par les testeurs MesInfos

LE PROJET MESINFOS, C'EST QUOI ?

Le projet MesInfos que mène la Fing est une expérimentation qui se propose de vous redonner le contrôle et même l'usage des données personnelles que les entreprises détiennent sur vous.

Pendant 6 mois, du 1er septembre 2013 au 28 février 2014 :

→ Vous aurez accès à la plateforme MesInfos, sur laquelle vous retrouverez les informations que les entreprises partenaires dont vous êtes clients ou utilisateur vous restitueront dans le cadre de l'expérimentation : vos finances, vos achats, vos communications, votre navigation web... (voir liste des données ci-dessous)

→ Vous pourrez lire ces données, les copier, les analyser comme bon vous semble, en ajouter d'autres...

→ Nous vous proposerons de tester de nouveaux services qui s'appuieront sur ces informations pour vous aider à gérer votre quotidien, à mieux vous connaître, à mieux consommer, etc.

→ Sur la communauté des testeurs MesInfos, vous pourrez échanger avec l'équipe MesInfos, avec les entreprises partenaires et avec tous les autres participants à cette expérimentation unique au monde.

→ Nous vous soumettrons régulièrement des petits questionnaires pour recueillir vos avis et vos idées

En acceptant de participer à l'expérimentation, vous autorisez les entreprises partenaires dont vous êtes actuellement client à transmettre de manière sécurisée à la plate-forme « Mes Infos » mise en place par la FING et ses sous-traitants les données vous concernant qu'elles détiennent (cf. détaillées ci-après).

Les données objet de cette expérimentation doivent vous concerner vous et être en votre nom propre.

J'AI PRIS CONNAISSANCE DE LA PARTICIPATION FACULTATIVE À L'EXPÉRIMENTATION MESINFOS ET DE CE QU'ELLE IMPLIQUE EN TERME DE TRANSFERT DE DONNÉES.

QUELLES SONT LES DONNÉES CONCERNÉES ?

Les entreprises partenaires de MesInfos sont : Axa, la Banque Postale, Crédit Coopératif, Intermarché, Google, Orange, Société Générale. Selon que vous êtes ou non client de ces entreprises, voici les données que vous retrouverez dans votre plate-forme sécurisée MesInfos :

CONSOMMATION [SI VOUS POSSÉDEZ EN PROPRE UNE CARTE

DE FIDÉLITÉ INTERMARCHÉ]

→ Le détail de vos tickets de caisse : date, total, et tous les produits achetés

→ Vos points de fidélité

BANQUE [SI VOUS AVEZ VOTRE COMPTE PRINCIPAL À LA BANQUE POSTALE, À LA SOCIÉTÉ GÉNÉRALE OU AU CRÉDIT COOPÉRATIF]

→ Vos numéros de compte et de carte bancaire (mais ni le code secret, ni le cryptogramme visuel au verso de la carte)

→ Le solde et les dernières opérations de vos comptes courants et d'épargne

→ Vos achats carte bancaire

ASSURANCE [SI VOUS ÊTES ASSURÉ CHEZ AXA]

→ Profil client (Catégorie Socio-Professionnelle - CSP, date de naissance, coordonnées)

→ Habitation : votre contrat, les caractéristiques du logement, vos sinistres, ...

→ Automobile : votre contrat, vos garanties, le(s) véhicule(s) concerné(s) et leurs caractéristiques, vos sinistres

→ Scoring : critères et valeurs vous concernant permettant d'estimer le risque que vous représentez en tant qu'assuré et de calculer votre prime.

TÉLÉCOMS [SI VOUS ÊTES CLIENT ORANGE]

→ Téléphone mobile et fixe : vos communications détaillées (vocales et SMS), votre usage des données mobiles, vos factures

→ Géolocalisation : vos déplacements.

LES DONNÉES DE VOS SERVICES GOOGLE (SI VOUS DISEZ D'UN COMPTE CHEZ GOOGLE)

Vous avez la possibilité de récupérer et d'intégrer dans votre plate-forme les données suivantes : vos contacts, vos actions sur Google+, vos photos (Picasa)

VOS ACTIONS SUR LE WEB

Votre plate-forme MesInfos intègre aussi un outil créé par la société française Privowny, qui recueille et conserve de manière sécurisée et à votre seule destination toutes les données relatives à votre navigation sur le web :

→ Les pages que vous avez visitées

→ Les formulaires que vous avez remplis

→ Les entreprises à qui vous avez fourni votre email, votre numéro de téléphone ou de carte bancaire

Vous serez le seul à avoir accès à ces données, qui ne pourront être consultées sans votre consen-

tement explicite ni par les entreprises partenaires ni par les responsables de la plateforme et de l'expérimentation. Vous pouvez à tout moment désactiver Privowny si vous ne souhaitez plus enregistrer ces informations

J'AI PRIS CONNAISSANCE DU DÉTAIL DES DONNÉES PERSONNELLES CONCERNÉES.

COMMENT SE DÉROULERA LE TEST DES SERVICES ?

Tout au long de l'expérimentation, nous vous proposerons d'essayer des services pratiques, proposés soit par les entreprises partenaires, soit par d'autres créateurs et innovateurs.

Vous choisirez librement les services que vous testerez. Avant toute chose, ces services vous indiqueront de quelles données ils ont besoin, pour combien de temps, ce qu'ils en feront - et vous aurez la possibilité d'accepter ou de refuser.

A moins que vous ne choisissiez explicitement de les leur fournir, les services ne recueilleront jamais votre nom, votre prénom, votre e-mail, vos coordonnées ou votre numéro de carte bancaire.

Vous pourrez à tout moment choisir de ne plus utiliser un service et de ne plus l'autoriser à accéder

**AU FAIT, LA FING,
C'EST QUOI ?**

La Fing (Fondation internet nouvelle génération) est une association dont la mission est de produire et partager des idées neuves et actionnables pour anticiper les transformations numériques.

Depuis 2000, la Fing aide les grandes entreprises et les start-ups, les territoires et les décideurs politiques, les chercheurs, les créateurs, les innovateurs sociaux... à anticiper les opportunités et les risques associés aux technologies et à leurs usages.

Pour en savoir plus :
www.fing.org

à vos informations.

Dans ce cas, le service supprimera l'ensemble des données vous concernant qu'il avait le cas échéant collectées pendant la durée d'utilisation.

**VOTRE PARTICIPATION
À L'EXPÉRIMENTATION
MESINFOS NE MODIFIE
EN AUCUNE FAÇON LES
RELATIONS CONTRAC-
TUELLES QUE VOUS
AVEZ AVEC LES DIFFÉ-
RENTS PARTENAIRES DE
MESINFOS.**

VOS GARANTIES

- Personne n'aura accès à vos données sans votre autorisation explicite, pas même la Fing ou les partenaires de MesInfos (que vous soyez leurs clients ou non).
- Vos données seront intégralement effacées de la plateforme d'expérimentation dès la fin de celle-ci.
- Les partenaires de MesInfos n'auront pas connaissance de que vous ferez de vos données, pas plus que des services que vous utiliserez dans le cadre de l'expérimentation.
- Les données stockées sur la plateforme sont sécurisées (chiffrement) et ne seront accessibles qu'après un processus d'authentification sûre. Vous serez seul titulaire des moyens d'accès à la partie de la plateforme contenant les données vous concernant.

VOS DROITS

- En cas de difficulté, vous disposez d'une assistance accessible du lundi au vendredi, de 9h à 18h, par mail (contact@edeninsight.fr)
- Vous pourrez rectifier les données détenues par les partenaires que vous aurez consultées/utilisées sur la plateforme. Pour exercer ce droit, vous devrez contacter directement l'entreprise dont la donnée en question provient, la plateforme ne permettant pas de rectifier ou effacer les données conservées chez le partenaire en question directement. Vous trouverez ci-dessous la liste des contacts.
- Vous avez le droit de vous retirer de l'expérimentation à tout moment en nous écrivant à l'adresse email suivante : contact@edeninsight.fr (préciser «Mesinfos» dans l'objet du message). Dans ce cas, votre compte MesInfos et toutes vos données seront intégralement effacés.
- En cas de problème lié à l'usage de vos données personnelles ou à l'exercice de vos droits dans le cadre de cette expérimentation et si les partenaires ou pilotes de l'expérimentation n'ont pas pu vous donner satisfaction, vous pouvez prendre contact directement avec la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), qui accompagne le projet, par mail : deip@cnil.fr

**J'AI PRIS CONNAIS-
SANCE DES GARANTIES
APPORTÉES PAR LE
PROJET AINSI QUE DES
MODALITÉS PRATIQUES
POUR EXERCER MES
DROITS « INFORMATIQUE
ET LIBERTÉS ».**

**J'ACCEPTE, APRÈS
LECTURE DE LA
PRÉSENTE NOTICE
D'INFORMATION, DE
PARTICIPER À L'EXPÉRI-
MENTATION MES INFOS
DANS LES QUESTIONS
DÉCRITES CI-DESSUS.**

**JE SUIS INFORMÉ(E)
QUE JE PEUX À TOUT
MOMENT :**

me retirer de l'expérimentation, ce qui conduira à l'effacement de toutes les données me concernant sur la plateforme de l'expérimentation. Il me suffira pour cela d'écrire à l'adresse contact@edeninsight.fr (préciser «Mesinfos» dans l'objet du message) - demander à avoir accès à l'ensemble des données personnelles me concernant qui sont détenues chez les partenaires.

VOS CONTACTS

Fing : Guillaume Jacquart,
coordinateur technique :
gjacquart@fing.org

Eden (panel) : Aurélia
Magron, animatrice de la
communauté de testeurs
MesInfos : [contact@ede-
ninsight.fr](mailto:contact@edeninsight.fr)

Nom* :

Prénom* :

Email* :

Signature* :

* Les données mar-
quées (*) sont obliga-
toires pour valider votre
consentement.



*Si j'ai une donnée sur vous, vous
l'avez aussi. Et vous en faites...
ce qui a du sens pour vous!"*

