

Dépôt de sujet et Appel à candidatures

Contrat Doctoral ED EDGE

Thèse en Sciences Économiques

Intitulé du laboratoire d'accueil	EA n°7456 GRANEM
Directrice du Laboratoire	Sandra CAMUS, Professeure des Universités
Directrice-adjointe de l'école doctorale EDGE (site d'Angers)	Dominique PEYRAT-GUILLARD, Professeure des Universités
Intitulé du sujet de thèse	Le marché des données personnelles : un défi pour l'analyse économique. Approche pluridisciplinaire.
Directeur(trice) de thèse Co-Directeur(trice) Co-Encadrant(e)	Directeur : Philippe Le Gall Co-Directeur : David Cayla

Description du sujet de thèse

Depuis l'apparition du Web, la révolution numérique a été marquée par un tournant dans les années 2000 avec le développement de ce que Shoshana Zuboff qualifiera « de capitalisme de surveillance » (Zuboff 2020). Dans son ouvrage *L'Âge du capitalisme de surveillance*, elle indique comment Internet est devenue un modèle rentable, un « marché en soit », avec comme objet de transaction les données personnelles.

Cette évolution du marché dans le domaine numérique s'avère ne plus correspondre aux standards de l'analyse économique ce qui implique une réflexion nouvelle pour la discipline.

Le marché des données personnelles ne correspond pas au cadre conceptuel du marché néoclassique.

Selon la théorie économique néoclassique, un marché est une norme, un idéal conceptuel spontanément efficace et autonome. C'est l'agrégation des offres et des demandes de tous les agents qui crée un équilibre général entre l'offre et la demande et qui fixe le prix du marché.

Or, contrairement à la conception néoclassique d'un marché, l'objet de la transaction (les données personnelles) n'est ni connu, ni consenti par l'individu qui le produit. Une part de la liberté individuelle et du pouvoir de décision est supprimée. Le marché doit permettre aux agents de décider et de maximiser leur utilité à travers la transaction : ce n'est plus le cas ici (Morozov 2013). De plus, dans la théorie l'individu est un agent économique qui dispose d'une autonomie de jugement. Sur un marché, il cherche donc à maximiser son utilité et, en raison de la

concurrence, il n'a pas de pouvoir d'influence particulier. De ce point de vue, le marché des données personnelles pose un nouveau problème théorique. En effet, il existe nécessairement une asymétrie très forte entre les individus qui produisent les données et les entreprises qui les exploitent. (Barraud de Lagerie et Kessous 2015, Zuboff 2020).

Une approche pluridisciplinaire pour affiner la compréhension des comportements sociaux.

Une enquête de terrain nous permettra de mesurer l'écart entre les préceptes théoriques et la réalité des comportements. Elle permettra de révéler le degré de conscience qu'ont les internautes à marchandiser leurs données et de comprendre leur sentiment quant à cette exploitation.

Plus largement, la sociologie et l'anthropologie peuvent nous permettre de creuser la nature des nouveaux liens sociaux engendrés dans l'espace numérique (Granovetter 2006). Comment les comportements sociaux s'adaptent-ils à la marchandisation du Web? Quelle évolution comportementale peut-on observer suite à la mise en place d'une législation telle que le RGPD ?

La régulation institutionnelle de cette nouvelle marchandise, possiblement « fictive » au sens de Polanyi.

Pour Philippe Steiner et Marie Trespeuch, le marché des données devrait être régulé par les institutions. Ils proposent de mettre en place un « marché équipé » qui réaffirmerait les droits de propriété des utilisateurs (Steiner et Trespeuch, 2014).

Dans ce sens le RGPD est intéressant à analyser. Cette législation qui encadre la collecte et le traitement des données personnelles permet de garantir le droit de propriété et le droit privé des utilisateurs sur leurs données liées à leur comportement. Ce cadre juridique implique un questionnement nouveau lié à une perception double. D'un côté, le consentement fourni par les utilisateurs permet de garantir une protection théorique de la vie privée et de l'exploitation des données personnelles. De l'autre, on peut y voir la création d'un droit de propriété sur l'usage des données, permettant ainsi une marchandisation des données issues des comportements.

Brousseau et Curien (2001), quant à eux, remettent en cause la capacité des institutions à encadrer ce nouveau marché et à en faire un marché en adéquation avec l'analyse économique. Aussi, la question de la gouvernance technique d'internet reste entière.

Plus largement, les travaux de Karl Polanyi peuvent nous aider à comprendre jusqu'à quel point la marchandisation d'un espace se heurte aux institutions et menace de pervertir le système social dans son ensemble. La thèse de Polanyi est que les facteurs de production socialement essentiels comme le travail, l'argent et la terre ont été dénaturés par la logique marchande, ce qui susciterait en retour un désordre social et une destruction environnementale. En conséquence, les sociétés réagissent pour limiter la puissance destructrice du marché dans le cadre d'un « contre-mouvement ». Selon la logique institutionnelle de l'encastrement de Polanyi, « une intervention régulatrice sur le marché pour compenser les effets socialement problématiques du système

marchand » (Becker 2006, p.37) est nécessaire. (Polanyi 1944, Maucourant et Plociniczak 2011). Le cadre d'analyse proposé par Polanyi pourrait nous permettre de proposer une analyse des données personnelles comme relevant d'un processus similaire de régulation marchande. Ainsi, les données personnelles seraient une « marchandise fictive » au sens de Polanyi, et il conviendrait de trouver les institutions adéquates pour réguler leurs usages de manière socialement acceptable.

En somme, les données personnelles ne peuvent pas être réduites à des ressources classiques telles que l'analyse néoclassique les conçoit. Elles sont la conséquence de structures sociales que nous aideront à révéler la sociologie et l'anthropologie. Elles sont « l'or noir » du capitalisme numérique, un objet de convoitise, cachées, invisibilisées dont doit se saisir l'analyse économique.

Valorisation académique et socio-économique

Ce projet de thèse dispose d'un fort potentiel de valorisation académique. Il repose sur une thématique d'actualité aux enjeux importants. Il est par conséquent envisageable de mettre en avant l'avancement des recherches lors de colloques ou manifestations scientifiques sur cette question de la marchandisation des données personnelles.

Il pourrait être intéressant, de participer à l'organisation d'un colloque autour des questions des données personnelles et plus largement du numérique, avec les responsables et les membres de l'axes *Enjeux du tourisme, de la culture et du numérique* du GRANEM. Il peut aussi être envisagé de participer à des conférences grand public autour de la question du numérique à l'institut municipal d'Angers.

De plus, il convient de valoriser ce travail fourni au sein du laboratoire GRANEM (journées des doctorants, séminaires), ainsi qu'à travers la participation à diverses manifestations académiques et scientifiques. Parmi elles :

- La présentation de la thèse lors de séances poster ;
- La présentation de documents de travail à des manifestations telles que les Journées de Microéconomie Appliquée, le congrès de l'AFSE (Association Française de Science Économique), l'AEA Annual Meeting (American Economic Association), les colloques organisés par l'AFEE (Association for Evolutionary Economics), ou encore International Economic Philosophy Conference.

Planning prévisionnel de la thèse :

Septembre 2021 : inscription administrative et intégration au GRANEM.

Septembre 2021 – Juillet 2022 : revue de la littérature et approfondissement de la question de recherche sur les données personnelles.

Septembre 2022 : production d'un premier document de travail.

Septembre 2022 – Janvier 2023 : étude de terrain : questionnaires et entretiens semi-directifs, exploitation des données et premiers résultats.

Janvier 2023 : production d'un second document d travail.

Février 2023 – Juillet 2023 : soumission d'un premier article de recherche sur les comportements des internautes.

Août 2023 – Février 2024 : soumission d'un second article de recherche sur les enjeux épistémologiques de cette étude pour l'analyse économique.

Mars 2024 – Septembre 2024 : rédaction de la thèse.

Novembre 2024 : soutenance.

Décrire en quoi le sujet s'inscrit dans les axes de recherche du laboratoire GRANEM

Ce projet de thèse s'inscrit dans l'axe de recherche *Enjeux du tourisme, de la culture et du numérique* du laboratoire GRANEM.

Le projet de thèse présenté s'empare de la question de la marchandisation des données personnelles. C'est une question récente et cette marchandisation des données personnelles constitue une transformation capitale pour le numérique. Dans ce sens, la thèse proposée s'inscrit dans l'axe de recherche du GRANEM qui vise à analyser les transformations du numérique.

De plus, à travers ce projet de thèse, l'idée est de confronter cette question de la marchandisation des données personnelles à une approche pluridisciplinaire, qui s'impose aujourd'hui afin d'enrichir l'analyse économique (*cf.* les travaux récents de Céline Lafontaine, Dominique Pestre, ou encore Barbara Stiegler). Cette volonté d'analyser les structures sociales et les comportements des individus semble en accord avec l'ambition de l'axe de recherche du GRANEM qui poursuit la volonté d'analyser les transformations du numérique au niveau micro économique et donc des acteurs. Les travaux de Caroline Lancelot-Miltgen, chercheuse qui a été membre du GRANEM, s'inscrivent d'ailleurs parfaitement dans cette démarche de recherche autour de la compréhension du comportement des individus face à la collecte de leurs données personnelles (Lancelot-Milgen 2003, 2009, Weydert *et al.* 2019). Son travail illustre la proximité qui existe entre les thèmes de recherche menés au sein du laboratoire et l'objet analysé avec ce projet de thèse.

L'intention initiale du projet de recherche est en somme de comprendre le nouveau dispositif technique qu'est le système de marchandisation des données. Le projet rejoint l'ambition et le cadre de réflexion proposé par le laboratoire à travers cette volonté de questionner un modèle d'affaires inédit, basé sur la commercialisation des données personnelles.

Bibliographie indicative:

Barraud de Lagerie Pauline et Kessous Emmanuel (2015), « La mise en marché des "données personnelles" ou la difficile extension du marché à la personne », Ed. Philippe Steiner, Marie Trespeuch. *Les marchés contestés*, p. 219-249.

Beckert Jens (2006), « Jens Beckert answers ten questions about economic sociology », *European Economic Sociology European Electronic Newsletter*, vol. 7, n° 3, p. 34-39.

- Brousseau Éric et Curien Nicolas (2001), « Économie d'Internet, économie du numérique », *Revue économique*, p. 7-36.
- Granovetter Mark (2006), « L'influence de la structure sociale sur les activités économiques », *Sociologies pratiques*, n°13, p. 9-36.
- Lancelot Miltgen Caroline (2009), « Enquête auprès des internautes : entre croire, dire et faire », *Revue Cognition, communication, politique*, CNRS-Editions, pp. 55-60.
- Lancelot Miltgen Caroline (2003), « Vie privée et Internet : influence des caractéristiques individuelles et situationnelles sur les attitudes et les comportements des internautes face à la collecte de leurs données personnelles », *Congrès International de l'Association Française du Marketing*, pp. 1-30.
- Leiner Barry M., Postel Jon, Cerf Vinton G., Clark David D., Kahn Robert E., Kleinrock Leonard, Lynch Daniel C., Roberts Larry G. et Wolff Stephen (2009), « A brief history of the internet. », *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, vol. 29, n°5, pp. 22-31.
- Maucourant Jérôme et Plociniczak Sébastien (2011), « Penser l'institution et le marché avec Karl Polanyi, contre la crise (de la pensée) économique. », *Revue de la régulation*.
- Morozov Evgeny(2013), *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*, Public affairs, New York.
- Polanyi Karl (1944), *La grande transformation*, Gallimard.
- Steiner Philippe et Trespeuch Marie (2014), *Marchés contestés*. Presses universitaires du mirail.
- Vercellone Carlo (2020), « Les plateformes de la gratuité marchande et la controverse autour du Free Digital Labor : une nouvelle forme d'exploitation ? », *Open Journal in information systems engineering, ISTE*, Numéro spécial, Impact des SI sur la démocratie des organisations, Vol 1, N°2, 2020.
- Vial, Stéphane (2013), *L'être et l'écran : Comment le numérique change la perception*. Presses Universitaires de France.
- Rochelandet Fabrice (2010), *Économie des données personnelles et de la vie privée*, La découverte, Paris.
- Weydert Valentine, Desmet Pierre, et Lancelot-Miltgen Caroline (2019), « Convincing consumers to share personal data : double-edged effect of offering money. », *Journal of Consumer Marketing*, vol. 37, n°1, pp. 1-9.
- Zuboff, Shoshana (2020), *L'âge du capitalisme de surveillance*, Zulma.

Conditions d'accueil

La thèse proposée relève du doctorat de l'Université d'Angers auquel sera inscrit le/la doctorant(e).

L'unité de recherche d'accueil est l'EA n°7456 GRANEM (Groupe de Recherche Angevin en Economie et Gestion) :

<http://granem.univ-angers.fr/fr/presentation/presentation.html>

Le recrutement se fait dans le cadre de l'école doctorale EDGE (site de l'Université d'Angers) :
<https://ed-edge.doctorat-bretagne Loire.fr/>

Le/la doctorant(e) bénéficiera d'un contrat doctoral qui est un contrat de travail à durée déterminée de 3 ans, financé à 100 %. Il permet à son(sa) titulaire de se consacrer pleinement et exclusivement à ses travaux de recherche pour la préparation de sa thèse. La thèse démarrera en septembre ou octobre 2021.

Dossier de candidature et dépôt

Le dossier de candidature sera constitué des pièces suivantes :

- un curriculum vitae détaillé ;
- une lettre de motivation ;
- une copie des relevés de notes de Master 1 et Master 2 ou équivalent
- une copie du mémoire de master 2 (ou de Master 1 si celui de Master 2 n'est pas encore soutenu)
- un projet de thèse de 5 à 10 pages précisant comment le candidat envisage de s'approprier le sujet, assorti d'un plan de travail et d'une bibliographie.

Les candidats doivent candidater impérativement via le site Thèses en Bretagne Loire sur lequel ce sujet est diffusé :

<https://theses.doctorat-bretagne Loire.fr/edge>

Procédure de Recrutement

La date limite de dépôt des dossiers de candidature est fixée au 4 juin 2021. L'audition des candidats retenus sur dossier aura lieu fin juin/début juillet 2021 à l'Université d'Angers devant un jury. Il s'agit d'un concours.