



## Parlez-vous data ?

Mettre en capacité votre organisation  
sur les nouveaux usages et nouvelles pratiques des données

Open Data, Self Data, Big Data, etc., ces usages émergents des données numériques témoignent de la vitalité d'un domaine en pleine transformation. Pour autant, ils ne vont pas de soi et peu d'organisations peuvent se prévaloir de posséder un véritable "état d'esprit donnée".

Depuis 2013, la Fing explore des dispositifs d'**acculturation aux données**, pour mettre les acteurs en capacité d'exploiter les données dans leurs activités et dans leurs projets.

[En 2016, la Fing et 6 grandes organisations ont construit collectivement 4 productions neuves](#), véritables outils de déploiement d'une culture de la donnée :

- *Vers une organisation data driven : mettre la culture des données au coeur de l'organisation* > <http://infolabs.io/cd16>
- *Nouvelles efficacités et création de valeur : les projets de gouvernance des données* > <http://infolabs.io/gouv16>
- *1, 2, 3 data, expérimentez !* : <http://infolabs.io/xp16>
- *Le "sprint qualité", une méthodologie d'amélioration de la qualité des données* > <http://infolabs.io/sprint-qualite>

En 2017, la Fing prolonge ce travail par un programme plus opérationnel, alternant travaux collectifs, partages de pratiques et déploiement opérationnel *in situ*.



## Pourquoi s'intéresser à la culture des données dans votre organisation ? Pourquoi vouloir mettre en capacité l'ensemble de l'organisation sur la question des données ?

- Parce que les données numériques représentent une grande opportunité pour les entreprises et les organisations, mais sont aussi source de bouleversements (cf. annexe 1), voire de reconfiguration complète de leur marché ou de leur domaine.
- Parce que face aux nouveaux usages des données, les organisations sont encore mal outillées et organisées. Certaines organisations commencent à se doter de "data scientists" ou d'un "chief data officer", tandis que d'autres s'interrogent.
- Parce que la majorité des collaborateurs et l'organisation dans son ensemble font face à de nombreuses questions.
- Parce qu'il n'existe pas de réponse claire et unique permettant aux organisations de développer un état d'esprit donnée.

Nous vous proposons de prendre part en 2017 au programme **“Parlez-vous Data ?”**, une démarche ouverte et apprenante pour faciliter l'acculturation aux données et développer un “état d'esprit données” au sein de votre organisation.

**“Parlez-vous Data ?”** propose de déployer la culture des données dans votre organisation en s'appuyant sur trois phases progressives : diagnostic / design / déploiement

- une première phase de **diagnostic** pour concevoir et utiliser des méthodologies et outils de diagnostic de la culture des données dans votre organisation.
- une seconde phase de formation-action, véritable point de départ au **design** d'une culture des données dans l'organisation, sous la forme d'un séminaire de médiation aux données proposé aux collaborateurs des organisations partenaires ; l'objectif étant - au-delà de la sensibilisation aux données - la construction d'un plan d'action interne.
- une troisième phase *in situ* propose de vous accompagner dans le **déploiement** de la culture de la donnée dans votre organisation (mobiliser les équipes, créer une dynamique), en partant du plan d'action interne élaboré dans la seconde phase.

En parallèle des trois phases, un “tronc commun” est proposé comme temps de partage collectif. Ce temps comprend des groupes de travail multi-organisations (deux nouvelles thématiques d'étude seront retenues) et des journées inter-partenaires associant la communauté Infolab, des invités “pionniers” ou experts pour **partager les questionnements et les expériences**.



Tronc commun : explorer collectivement les nouveaux usages des données et nouvelles pratiques des organisations

#### Démarche

Open data, quantified self, crowdsourcing, self data, big data, small data, etc.  
Comment s'y repérer ? Quels usages sont pertinents pour les organisations ?  
Qu'est-ce qui change ? Quels sont les bénéfices à en attendre ?  
Quels modèles d'organisation pour faciliter l'acculturation aux données et en tirer tout le potentiel ? Quelles sont les pratiques actuelles d'échange et réutilisation de données avec d'autres organisations ?  
L'objectif est de permettre aux organisations partenaires de **partager leurs questionnements et leurs expériences de ces sujets** et de **produire ensemble des clés de lecture et d'action.**

#### Déroulé

Lors de la plénière de lancement, les partenaires du programme identifient 2 thèmes qu'ils souhaitent développer sous la forme de **groupes de travail parallèles** et multi-organisation. Ces groupes ont des **objectifs de production concrets**, en fonction de questionnements partagés collectivement (exemples [Annexe 2](#)). Deux journées de rencontre ponctuent ces travaux et permettent un partage des expériences et des outils opérationnels. Cette étape réunira les organisations partenaires (collaborateurs clefs) et des invités externes (pionniers, experts).

**Livrables du tronc commun :** la publication des résultats de chaque groupe de travail dans un format aisément réutilisable : fiche de synthèse et documentation détaillée.

#### **Groupe de travail *Portabilité des données et self data***

Depuis 2013, le programme MesInfos de la Fing investigate la thématique du Self Data. En 2018, la réglementation européenne impose à toute entreprise la portabilité des données personnelles de chaque client. A ce titre, le Self Data devient un incontournable des organisations et un véritable sujet de culture de la data. C'est pourquoi les programmes MesInfos et *Parlez-vous data ?* vous proposent un **groupe de travail commun**, qui vise à produire un objet de connaissance simple et opérationnel sur ce sujet (bonnes pratiques ? FAQ ?...). Ce groupe profitera des expertises complémentaires des deux programmes : celle du programme *Parlez-vous data ?* en matière de diffusion d'une culture data et celle de MesInfos en matière de Self Data. Ce groupe de travail se déroulera sous la forme de réunions téléphoniques bi-mensuelles (avril-octobre) et à l'occasion des journées de travail inter-partenaires *Parlez-vous data ?* Il mixera les partenaires Mes Infos (MAIF, GrDF, Orange, etc.) et *Parlez-vous data ?* (ADEME, Région PACA, SGMAP, etc.).



\*\*\*



## Phase 1. Diagnostic de la culture des données de l'organisation

Démarche	Déroulé
<p>Où en est votre organisation vis à vis des données ? La Fing vous propose de <b>concevoir et utiliser des méthodologies et des outils de diagnostic de la culture des données dans votre organisation</b>. Au programme tout d'abord, la réalisation d'un outil de diagnostic d'entreprise, approfondissement du <a href="#">travail déjà publié en 2016</a>. En second lieu, la conception collaborative et la mise en oeuvre d'un outil d'auto-diagnostic de la culture de chaque collaborateur : <b>Data position</b>.</p>	<p><b>Une journée d'atelier complète le travail de conception d'outils et de méthodologies</b>. Elle regroupe environ 2 à 4 collaborateurs par organisation partenaire (idéalement RH, gouvernance des données, communication, DSI, R&amp;D, Direction de l'innovation, etc.). Ces outils et méthododos sont réalisés par la Fing. Il seront utilisés dans chaque organisation pendant la phase <i>in situ</i>. Tout au long de l'année, les outils et méthodologies produites s'enrichissent des retours du terrain.</p>

**Livrables de la phase 1 :**

- L'outil de diagnostic de la culture data et sa méthodologie de déploiement ;
- Data position : l'outil d'auto-positionnement.

\*\*\*

## Phase 2. Designer/concevoir les premières briques de déploiement de la culture de la donnée

Démarche	Déroulé
<p>Avec <b>une formation-action</b> à la médiation aux données, l'objectif est d'<b>initier dans l'organisation une véritable politique de déploiement de la culture de la data</b>. Les collaborateurs posent les premières briques concrètes de la médiation aux données dans leur organisation et préparent leur déploiement opérationnel.</p>	<p><b>Le séminaire, formation-action, se déroulera sur 2 jours et réunira environ 5 à 10 collaborateurs moteurs ou acteurs de la politique données</b> (marketing, communication, DSI, R&amp;D, Direction de l'innovation etc...) par organisation partenaire, pour sensibiliser les managers et identifier les leviers en interne pour déployer une médiation aux données. Il produit un plan d'action interne adapté au degré de maturité de votre organisation.</p>

**Livrables de la phase 2 :** les supports de formation issus du séminaire, les méthodologies infolab "clé en main" -- déployables en interne -- et un plan d'action interne.

\*\*\*



## Phase 3. Déployer *in situ* les premières briques “culture de la donnée”

Démarche	Déroulé
Comment opérationnaliser la culture de la donnée dans votre entreprise ? Sur la base du plan d'action travaillé pendant le séminaire (phase 2), l'équipe infolab vous accompagne dans le déploiement et la mise en oeuvre d' <b>une ou plusieurs brique(s) d'action concrète au service de la culture de la donnée.</b>	Cet accompagnement se déroule en situation, dans votre organisation. Il démarre par une phase de diagnostic qui comprend de l'observation et des entretiens qualitatifs (environ 3 jours en partie <i>in situ</i> ). L'accompagnement se déroule sous la forme de rencontres régulières (points d'étape, participation à des moments-clés, etc.) <i>in situ</i> ou à distance. Il s'appuie sur des projets internes propres à l'organisation partenaire, avec les services et collaborateurs concernés.

**Livrables de la phase 3 :** un diagnostic “culture de la donnée” propre à l'organisation ainsi que des pistes d'actions ; un accompagnement dédié (3 journées *in situ*).

\*\*\*

### Livrables finaux

- Une publication au fil de l'eau des contenus et supports du programme “**Parlez-vous Data ?**”, dans un format réutilisable (fil de veille, méthodologies documentées, etc...)
- Une manifestation finale de restitution des travaux de l'année.

#### **Des contenus réutilisables dans vos organisations**

Tous les contenus publiés par la Fing le sont sous licence Creative Commons BY : ils sont donc réutilisables/rediffusables à tout moment sous la seule condition de respecter la mention d'auteur.

### Qui participe à la campagne ?

Des “grands comptes” de tous secteurs, privés ou publics. Au minimum 4 organisations participantes. La Fing proposera notamment cette démarche à ses adhérents dont EDF, GrDF, le Groupe La Poste, le Groupe UP, la MAIF, Orange, Société Générale etc...



## Qui réalise le programme “Parlez-vous data ?” ?

La Fing mobilise une équipe composée de collaborateurs et d’experts externes : Armelle Gilliard (consultante indépendante spécialisée sur l’open data, auteur de plusieurs guides pratiques), Sarah Labelle (maître de conférence à Paris 13, mène actuellement ses travaux de recherche sur la médiation aux données), Simon Chignard (co-auteur des ouvrages “*Open Data*” et “*Datanomics*”, Data Editor chez Etalab), Loïc Haÿ (réalisateur de l’exposition Expoziv et spécialiste des outils data sans programmation), et Charles Nepote (Fing, pilote de la Campagne Infolab, expert es data de la Fing).

Pendant le programme, nous associerons ponctuellement, au besoin, plusieurs partenaires-experts, comme : Alliance Big Data, Altercarto, les collectivités participantes à la Campagne Infolab, Civiteo, la Communauté OpenStreetMap, la Communauté Infolab, Data Publica, Etalab, le GFII (Groupement français des industries de l’information), HEG Genève, INRIA, Louis Dorard (“*Predictive tech evangelist*”), la communauté du programme MesInfos de la Fing, OpenDataFrance, Open Knowledge International, Plausible possible (designers), Telecom Paristech, Without model, etc.

## Rejoindre le programme “Parlez-vous Data ?”

Le budget global s’élève à 150 000 €.

La participation demandée s’élève à 10 K€ pour les phases strictement collectives : groupes de travail et conception d’outils de diagnostic (tronc commun et phase 1).

La participation pour les phases semi-collectives et individualisées s’élève à 25 K€.

**Contacts** : Cécile Christodoulou [cch@fing.org](mailto:cch@fing.org) / Charles Nepote, [cnepote@fing.org](mailto:cnepote@fing.org)

### **Data Literacy Conference (optionnel)**

Prolongement cette présente campagne Infolab Organisations, la Fing organise la deuxième édition de la seule conférence mondiale consacrée à la culture des données -- data literacy en anglais.

Cette conférence internationale de haut niveau, présentée page suivante, est une occasion unique d'associer étroitement votre organisation au plus près d'un domaine d'innovation en pleine construction.

L'offre de sponsoring de la conférence est de 5 K€ et comprend :

- une présence systématique de votre marque, nom ou produit, sur tous les supports de communication de la conférence
- 20 places réservées pour vos collaborateurs ou des invités de votre choix
- une mise en relation personnalisée avec les intervenants de votre choix, pendant les moments de rencontre prévus pendant les deux journées

## Data Literacy Conference

### L'unique conférence mondiale sur la culture de la data

Dans une société en train de parachever sa numérisation complète, la connaissance des données devient aussi élémentaire que la lecture, l'écriture, le calcul, sous peine de créer des asymétries préjudiciables aux individus, aux entreprises comme à la société tout entière. Par ailleurs les data portent un nouveau pouvoir d'émancipation et d'aide à la résolution de problèmes (petits ou grands). Pour autant, les données ce n'est pas simple. Et l'apprentissage technique de leur manipulation ne suffit pas -- de même que lire et écrire ne suffisent pas pour s'émanciper. Data Literacy Conference se propose donc d'explorer un domaine de connaissances en train de se constituer : langues, orthographe, grammaires, littératures, écoles, pédagogies, méthodes, etc... Venez à la rencontre des pionniers de la data literacy, venus des quatre coins du monde par la découverte de leurs initiatives originales.

**Intervenants sollicités** : Aviz, Catherine D'Ignazio, Data Cuisine, Data pop Alliance, Data for decisions, Data mindset playbook, Data & Society, Datajournalism handbook, Dataphys.org, Datatherapy, Etalab, HEC Geneve, infolabs.io, Jose Duarte (Handmadevisuals), J++, Medialab de Science Po, Open Knowledge, School of Data, Tuvalabs, Using data, etc.



La conférence aura lieu à Aix-en-Provence, en mai ou septembre 2017. Plus de 200 participants attendus, venus de plus de 12 pays (traduction simultanée Anglais-Français).







## Annexe 1

### Le nouveau paysage des données : 7 grands vecteurs de transformation et conséquences

1. Des coûts de production et de traitement extrêmement bas : stockage, capteurs “low-cost”, techniques d'extraction et outils d'analyse démocratisés, données liées (web sémantique), etc.

*de nouvelles applications à des échelles très larges. Pour vous, mais aussi pour de nouveaux entrants.*

2. Les producteurs se sont considérablement élargis et leurs rapports se sont transformés : coproduction de données (“crowdsourcing”), production individuelle (quantified self), multisourcing (privé-public / privé-privé / public-privé-public).

*des transformations complètes, parfois brutales, de certains marchés/secteurs (cartographie, énergie, etc.).*

3. La quantité de données produites est chaque jour plus vertigineuse (big data) : des données de toutes sortes sur tous types d'activités et de phénomènes.

*de nouvelles perspectives, des effets de connaissance nouveaux, de meilleures décisions.*

4. La pluralité des sources (les “proxies”) : il existe aujourd'hui des manières très différentes de mesurer le même phénomène.

*des données-monopoles sont de plus en plus rares et bien souvent, si vous n'ouvrez pas vos données, d'autres le feront à votre place.*

5. Les données ont acquis une sorte d'autonomie : une donnée n'a plus un seul usage pré-déterminé, elle peut servir à beaucoup d'autres choses.

*L'exploration des usages est devenue un véritable enjeu.*

6. Des données réutilisables gratuitement, en quantité de plus en plus importantes (open data), leur coût de publication étant marginal.

*Un booster d'acculturation et d'innovation ; certaines entreprises s'y mettent.*

7. Les données sont devenues un enjeu tout à la fois individuel, organisationnel, social, économique, voire géo-politique.

*Tout le monde s'intéresse aux données, avec divers ordres de tension.*

## Annexe 2

### Nouveaux usages, nouvelles pratiques, des exemples de questionnements



Nous listons ici des exemples de sujets qui pourront être discutés dans le cadre des groupes de travail du tronc commun. Ces exemples sont non-limitatifs.

- Pourquoi, comment publier en Open Data ?
- D'autres manières d'acquérir des données : crowdsourcing, proxies, etc...
- L'open data "intranet" pour casser les silos et doper l'innovation : qu'en attendre ? jusqu'où aller ?
- Faciliter la mise en œuvre de la portabilité des données personnelles (règlement européen) et en faire une opportunité pour l'innovation et la relation client (mené en collaboration avec le programme MesInfos de la Fing)
- Eduquer, sensibiliser mes clients aux données : sécurité, nouveaux services, empowerment personnel
- L'échange de données anonymisées inter-entreprises
- Mon entreprise pilotée par les données (business, RSE, etc.) : quels résultats attendre ? comment ? quelle organisation ?
- Du tableau de bord RH au self-RH ?
- Un infolab pour l'entreprise, interne, externe ?



## Annexe 3 : à propos de la Fing

Depuis 2000, la Fing explore le potentiel transformateur des technologies, quand il est placé entre des millions de mains.

Agissant au croisement des percées technologiques, des mutations économiques et des transformations sociales, la Fing trace de nouvelles pistes d'innovation et outille les acteurs pour qu'ils les empruntent eux-mêmes.

Située au cœur d'un réseau unique par sa densité et sa diversité, elle incarne la transformation des écosystèmes innovants en faisant travailler ensemble acteurs publics et privés, internationaux et locaux chercheurs et acteurs de terrain, institutions et individus, usagers et professionnels, innovateurs et créateurs...

En 17 ans, la Fing et ses partenaires ont construit un nouveau genre de "think & do-tank", reconnu dans toute l'Europe et au-delà. Les méthodes et les productions de la Fing inspirent les innovateurs, nourrissent les politiques publiques, stimulent les chercheurs.

La Fing est une association loi de 1901 dont les ressources proviennent des cotisations de ses 330 adhérents, des contributions de ses partenaires et du soutien des entreprises, des collectivités locales et des acteurs publics à ses projets.

### Bureaux

Paris : 8, passage Brulon, 75012 / +33 (0)1 83 62 98 28

Marseille : CMCI, 2 rue Henri Barbusse, 13001 / +33 (0)4 91 52 88 08

### La Fing et les données numériques

Il y a plus de 10 ans déjà, la Fing s'intéressait au XML et au web sémantique (maintenant appelé "web des données") ; en 2007 elle explore les usages des données à travers la Ville 2.0 et l'identité numérique ; en 2008 elle collabore à l'expérimentation "la montre verte", premier capteur-bracelet environnemental grand public ; en 2009 elle devient pionnière de l'Open Data en France ; puis en 2012 elle lance le programme [MesInfos](#) sur le self data.

Depuis 3 ans la Fing mène la campagne Infolab et soutient la création d'une communauté des infolabs/datalabs : <http://infolabs.io/>