

Action PLATFORM

GdR MaDICS

co-portée par

Sihem Amer-Yahia (CNRS, Univ. Grenoble Alpes, LIG)

Christophe Benavent (Prof. Marketing, Paris Nanterre)

animée par

Informatique: Oana Goga (CR CNRS LIG), Alexis Tsoukias (DR CNRS Dauphine)

SHS: Laurent Muller (DR INRAE GAEL), Adélaïde Fadhuile (MdC UGA GAEL), Béatrice Roussillon (MdC UGA GAEL), Aurélie Level (ingénieur UGA GAEL), Juliette Sénéchal (Prof. Lille), Iragael Joly (MdC UGA), Tommaso Venturini (CR CNRS Sciences Po), Amélie Favreau (MdC UGA)

Etudiants: Soraya Koraytem, Nikita Gusarov, Abdel Chibah, Rosa Khenniche, Salim Chouaki

06 Juillet 2020

Action PLATFORM dans GdR MaDICS

<http://www.madics.fr/actions/actions-en-cours/platform/>

Etudier l'impact sociétal des algorithmes décisionnels

Décisions

- publicités d'information et de produits

- impact sur l'acceptabilité et sur les choix et préférences

- évolution des habitudes de consommateurs

Préférences

- collecte et modélisation

Développer une méthodologie de travail entre chercheurs en marketing/économie comportementale/droit, et chercheurs en techniques algorithmiques

Pluridisciplinarité

- **les économistes et marketers** apportent leur pratique en expériences contrôlées, posent leurs hypothèses et mettent à disposition leurs sujets pour lancer les expériences
- **les informaticiens** développent une plateforme pour permettre le lancement d'expériences contrôlées à grande échelle: plugin, observations directes (questionnaires), et observations indirectes (mouse tracking) et qui permet la reproductibilité des expériences (backend et librairie pour stocker et agréger les résultats des expériences de manière statistiquement significative)
- **les juristes** définissent les cadres nécessaires pour l'usage des données personnelles et les modalités de compensation des sujets, pour obtenir les consentements nécessaires, et pour se positionner par rapport au RGPD et au code de la consommation (nous remplissons plusieurs documents et faisons une réflexion du niveau de granularité des consentements afin de les rendre applicables à plusieurs expériences et d'une certaine manière reproductibles).

Résultats et effet levier

- Outils AdImpact et TimePrefs
 - Design d'expériences contrôlées permettant de vérifier l'acceptabilité de la publicité en contrôlant le nombre de sujets, l'attrition, la compensation, et le biais (social, de statu quo, d'ancrage)
 - Comparaisons de (i) comportements et de préférences sur (ii) l'acceptabilité de la publicité et sur (iii) l'évolution des habitudes de consommation en utilisant des méthodes directes (questionnaires) et indirectes (mouse tracking, adoption de promotions)
- Etude du cadre juridique: RGPD/CNIL/Code de la Consommation
- Formalisation de modèles de préférences et de biais
- Plusieurs soumissions: ANR Jeune Chercheur, projet CARNOT

L'action PLATFORM est à cheval entre
le GdR MaDICS et le GdR Internet et
Société

Aujourd'hui

- Nous mettons l'accent sur les difficultés rencontrées
- Réseau PLATFORM : nous sollicitons votre participation dans l'action PLATFORM
- Protection de la vie privée : nous proposons une approche transversale pour étendre l'étude des aspects juridiques à toutes les actions MaDICS manipulant des données personnelles
- Reproductibilité : nous proposons notre méthodologie de collecte d'observations directes et indirectes pour lancer des expériences contrôlées à grande échelle

Protocole BBB:

- Micro coupé
- Questions : utiliser la fenêtre de chat
- N'oubliez pas de vous inscrire (si vous voulez) sinon il est possible d'assister à l'atelier sans inscription (envoyez moi votre nom pour que je le mette dans le compte final)

MERCI et bon atelier