

Personal : l'empowerment du consommateur par le contrôle de ses données

Aujourd'hui j'aimerais vous parler d'un des services qui me semblent pertinents dans l'étude que je réalise sur les **business models** existants autour des **données personnelles**.

C'est le service **Personal**, une plateforme sécurisée pour la gestion de ses données personnelles. Il permet de gérer ses données « par thématique » (ou gem) : données liées au wifi, à la garde des enfants, aux voyages, aux régimes alimentaires, aux vêtements, à la santé, aux cartes de crédit, ...

Accessible via l'ordinateur, la tablette ou le Smartphone, le possesseur d'un compte Personal a la possibilité d'ajouter des « gems », de les compléter avec ses données, de les organiser et de les contrôler (notamment en terme d'accès et de partage). Il pourra notamment choisir quels gems il décide de partager et à qui.



Pour mieux comprendre le fonctionnement du service, je vous propose de visionner une [vidéo explicative](#) présentée par Personal.

Une des particularités de ce service américain est qu'il se place dans une position où l'individu est le **propriétaire** de ses données personnelles (« *The data that you store in Personal is yours* »). En France, de multiples services permettent également de gérer ses données personnelles (notamment via les coffres forts électroniques). Ils permettent à l'individu de gérer son foyer, ses relations avec les entreprises, ou encore sa santé, ... Mais la vision du contrôle des données personnelles qu'ils véhiculent n'est pas confortée par des principes juridiques. En effet, « *en France, la notion de propriété des données n'a pas de statut juridique en tant que tel* » comme l'explique un avocat à la Cour d'Appel de Paris dans un [article de blog du Figaro](#).

Dans le cas de Personal, un des objectifs annoncés est justement de redonner à l'individu la possession de ses données et de l'aider à prendre conscience de la **valeur** de celles-ci pour les entreprises.

Ces principes s'inscrivent dans le courant du VRM (*Vendor Relationship Management*) qui propose de doter l'individu d'outils de collecte et d'analyse afin qu'il soit en mesure de prendre des décisions plus « éclairées » et de gérer ses relations avec les entreprises en étant mieux équipé.

Mais Personal ne s'adresse pas qu'aux internautes, il propose également une offre aux entreprises.

Celles-ci ont en effet la possibilité d'intégrer le service Personal à leur site internet et ainsi de permettre aux consommateurs d'utiliser les différents gems de leur compte dans les différents types de relation qu'ils entretiennent avec les entreprises (les internautes peuvent par exemple donner accès à leur gem « voyage » à tel acteur du tourisme afin de pouvoir bénéficier d'offres adaptées à leurs profils). Personal se positionne ainsi comme une sorte d'intermédiaire entre les individus et les entreprises.

De par le service qu'il propose, l'**empowerment de l'individu** qu'il promeut et la fonction qu'il occupe dans l'espace des données personnelles, Personal permet d'appréhender l'un des *business models* qui s'inscrivent dans la logique du projet Mes Infos et qui constituent la base d'une réflexion sur l'émergence de **nouveaux services** liés au partage des données personnelles.