

Curriculum vitae



Docteur en sociologie

Jean-Sébastien Vayre
né le 05/03/82

99 avenue Cyrille Besset
06 100 Nice, France

Maître de conférence contractuel à
l'Université Côte d'Azur

Français
En couple (Pacs)
1 enfant

06 85 16 01 30
jean-sebastien.vayre@univ-cotedazur.fr

Thèmes de recherche

Sociologie des organisations, du travail et des
marchés
Conception et usages des TIC

Intelligence artificielle et big data
Economie de l'attention et recherche
d'information

Compétences linguistiques et informatiques

Compétences linguistiques

Anglais : Niveau B2.

Compétences informatiques

Logiciels de bureautique : Word, PowerPoint, Adobe Acrobat.

Logiciels d'enregistrement et/ou de traitement de données : RStudio, Excel, SPSS, Tobii Studio, FaceReader, Observer XT, Pajek, Tropes, Web Scraper.

Activités scientifiques

Thèse de doctorat

1. **VAYRE, J.-S.** (2016), *Des machines à produire des futurs économiques : sociologie des intelligences artificielles marchandes à l'ère du big data*, Thèse de Doctorat en Sociologie, Université Toulouse Jean Jaurès (Dir. : Franck Cochoy). Consultable en ligne : [ici](#)

Ouvrages

1. BREMBECK, H., SORUM, N., LALANNE, M., **VAYRE, J.-S.** (2015). *Life Phases, Mobility and Consumption. An Ethnography of Shopping Routes*. Ashgate: Burlington. Consultable en ligne : [ici](#)

Articles dans des revues à comité de lecture

23. **VAYRE, J.-S.**, Zelesniack E. (soumis), « La transformation numérique : une prophétie autoréalisatrice ? État des lieux des inégalités d'appropriation des TIC par les entreprises françaises en 2016 », *Interrogations*.

22. **VAYRE**, J.-S. (modifications à apporter), « Intelligence artificielle : entre science et marché. Quelques éléments sociohistoriques pour mieux comprendre une étrange expérimentation scientifique », *Gérer & Comprendre*.
21. **VAYRE**, J.-S., IGELSBOECK, J. (modifications à apporter), « L'industrie du « futur » : vers une organisation plus démocratique du travail ? », *La nouvelle revue du travail*.
20. **VAYRE**, J.-S. (à paraître), « Comment faire exister l'héritage de Michel Crozier ? Contribution au renouvellement de la sociologie des organisations », *Revue européenne des sciences sociales*.
19. **VAYRE**, J.-S., COCHOY, F. (2019), « L'intelligence artificielle des marchés : comment les systèmes de recommandation modélisent et mobilisent les consommateurs », *Les Études Sociales*, 1(69), p. 177-201. Consultable en ligne : [ici](#)
18. **VAYRE**, J.-S., LENOIR, N. (2019), « Vers la fin des inégalités face à la formation ? Enquête sur les usages du MOOC « Manage your prices » », *Distances et Médiation des Savoirs*, 25. Consultable en ligne : [ici](#)
17. **VAYRE**, J.-S. (2019), « L'intelligence des machines et l'esprit du capitalisme : une histoire de congruence ? », *Communication*, 36(1). Consultable en ligne : [ici](#)
16. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Comment décrire les technologies d'apprentissage artificielle : le cas des machines à prédire », *Réseaux*, 5(211), p. 69-104. Consultable en ligne : [ici](#)
15. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Les machines à produire des futurs économiques : entre prédiction et prévision », *Revue Française de Socio-Economie*, 2(21), pp. 105-127. Consultable en ligne : [ici](#)
14. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Les machines apprenantes et la (re)production de la société : les enjeux communicationnels de la socialisation algorithmique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 19(2), pp. 94-111. Consultable en ligne : [ici](#)
13. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Une histoire de machines à recommander des biens de consommation : de l'Internet documentaire à l'Internet des données », *Etudes de communication*, (49), pp. 89-106. Consultable en ligne : [ici](#)
12. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Comment peut-on comprendre la demande de sociologie ? Pour un accompagnement du mouvement big data », *Idées économiques et sociales*, (191), pp. 44-50. Consultable en ligne : [ici](#)
11. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Machines intelligentes et économie numérique : étude du cas d'un agent artificiel dans le domaine du travail relationnel marchand », *Les Cahiers du Numérique*, 14 (1), pp. 83-109. Consultable en ligne : [ici](#)
10. **VAYRE**, J.-S., LARNAUDIE, L., DUFRESNE, A. (2017), « La motivation à la recherche d'information sur Internet : influence des facteurs sociodémographiques et sociocognitifs », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, 18 (1), pp. 3-24. Consultable en ligne : [ici](#)
9. **VAYRE**, J.-S., LARNAUDIE, L., DUFRESNE, A. (2017), « Cadrer sans discipliner : autour du pouvoir de prescription d'un agent de recommandation », *Réseaux*, 4 (204), pp. 195-226. Consultable en ligne : [ici](#)
8. **VAYRE**, J.-S., DELPECH, E., DUFRESNE, A., LEMERCIER, C. (2017), « Communication mediated through Natural Language Generation in big data environments: the case of Nomao », *Journal of Computer and Communication*, (5), pp. 125-148. Consultable en ligne : [ici](#)
7. LALANNE, M., **VAYRE**, J.-S., BREMBECK, H., SORUM, N. (2017), « Quand marcher requiert la mobilisation d'équipements imposants : le cas des poussettes et caddies dans la mobilité de consommation », *Sciences de la Société*, (97), pp. 135-158. Consultable en ligne : [ici](#)

6. **VAYRE**, J.-S., LARNAUDIE, L., DUFRESNE A., LEMERCIER, C. (2016), « Effet distracteur des agents de recommandation et stratégies de navigation des consommateurs : le cas de l'agent de *DataCrawler* », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, 17 (1), pp 77-107. Consultable en ligne : [ici](#)
5. **VAYRE**, J.-S. (2015), « Recherche et découverte d'information dans les environnements « big data » : une étude exploratoire et qualitative », *Ingénierie des Systèmes d'Information*, 20, (6), pp. 99-120. Consultable en ligne : [ici](#)
4. **VAYRE**, J.-S. (2015), « Les Tableaux de Bord sur Données Massives, pour un nouveau management de l'innovation ? », *Innovations*, 2 (47), pp. 101-121. Consultable en ligne : [ici](#)
3. ALEMANY, M. O., **VAYRE**, J.-S. (2015), « Big data and the future of knowledge production in marketing research: Ethics, digital traces, and abductive reasoning », *Journal of Marketing Analytics*, pp. 1-9. Consultable en ligne : [ici](#)
2. **VAYRE**, J.-S. (2014), « Manipuler les données. Documenter le marché. Les implications organisationnelles du mouvement big data », *Les Cahiers du Numérique*, 10 (1), pp. 95-123. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE**, J.-S. (2012), « Travail ou participation du consommateur ? Consommer : une activité co-élaborée », *Sciences de la Société*, 82, pp. 169-183. Consultable en ligne : [ici](#)

Chapitres d'ouvrages

5. **VAYRE**, J.-S. (2020), « Quelques repères sur l'apport des sciences sociales pour l'étude de l'intelligence artificielle », in : MAZOYER, M., JI, Z., BARRAUD, B., *L'Intelligence artificielle dans toutes ses dimensions*.
4. **VAYRE**, J.-S. (2020), « Comment les technologies de traitement de mégadonnées transforment le travail marchand et la relation client », in : NAU, J.-P., KESSOUS, E., GARCIA-BARDIDIA, R., *Technologies et transformation des marchés*.
3. COCHOY, F., **VAYRE**, J.-S. (2017), « Les Big Data à l'assaut du marché des dispositifs marchands : une mise en perspective historique », in : MENGER, P.-M., PAYE, S., *Big data et traçabilité numérique. Les sciences sociales face à la quantification massive des individus*. Paris : Collège de France. Consultable en ligne : [ici](#)
2. **VAYRE**, J.-S., LARNAUDIE, L., DUFRESNE, A. (2017), « Staging serendipity on digitalized markets. The case of the DataCrawler's recommendation agent », in COCHOY, F., HAGBERG, J., SORUM N., PETERSSON McINTYRE, M., *Digitalizing consumption*. London and New York: Routledge, pp. 59-84. Consultable en ligne : [ici](#)
1. COCHOY, F., SMOLINSKI, J., **VAYRE**, J.-S. (2016), « From marketing to « market-things » and « market-ITing »: Accounting for technicized and digitalized consumption », in: CZARNIAWSKA, B., *A Research Agenda for Management and Organization Studies*. Cheltenham: UK Edward Elgar, pp. 26-37. Consultable en ligne : [ici](#)

Critiques d'ouvrages

4. **VAYRE**, J.-S. (soumis), « Pour une critique plurielle de l'intelligence artificielle : retour sur le dossier « STS et Intelligence Artificielle » », *Revue d'anthropologie des connaissances*.
3. **VAYRE**, J.-S. (à paraître) – Nicolas Brisset, Economics and performativity: exploring limits, theories and cases, *Revue Française de Socio-Économie*.
2. **VAYRE**, J.-S. (2020) – Dominique Cardon, Culture numérique, *Communications*, 37 (1). Consultable en ligne : [ici](#)

1. **VAYRE, J.-S.** (2018) – André Tricot, Gilles Sahut, Julie Lemarié, Le document : communication et mémoire, *Communications*, 35 (1). Consultable en ligne : [ici](#)

Comptes-rendus d'ouvrages

7. **VAYRE, J.-S.** (2017) – Jean-Sébastien Vayre, Des machines à produire des futurs économiques : sociologie des intelligences artificielles marchandes à l'ère du big data, *Revue Française de Socio-Économie*, pp. 240-241. Consultable en ligne : [ici](#)
6. **VAYRE, J.-S.** (2016) – Sami Coll, Surveiller et récompenser : les cartes de fidélité qui nous gouvernent, *Sociologie du travail*, 58, pp. 215-217. Consultable en ligne : [ici](#)
5. **VAYRE, J.-S.** (2015) – Pierre-Michel Menger, The economy of creativity. Art and achievement under uncertainty, *Idées économiques et sociales*, 2 (180), pp. 74-75. Consultable en ligne : [ici](#)
4. **VAYRE, J.-S.** (2014) – Ève Chiapello, Patrick Gilbert, Sociologie des outils de gestion. Introduction à l'analyse sociale de l'instrumentation de gestion, *L'Année sociologique*, 2, 64, pp. e6-e10. Consultable en ligne : [ici](#)
3. **VAYRE, J.-S.** (2013) – Elizabeth Shove, Mika Pantzar, Matt Watson, The Dynamics of Social Practice. Everyday Life and how it Changes, *Réseaux*, 5 (181), pp. 213-217. Consultable en ligne : [ici](#)
2. **VAYRE, J.-S.** (2013) – Julie Denouël, Fabien Granjon (Dir.), Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, *Communication et Organisation*, 43, pp. 293-296. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE, J.-S.** (2013) – Emmanuel Kessous, L'Attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère du numérique, *Revue Française de Socio-Economie*, 2 (12), pp. 271-273. Consultable en ligne : [ici](#)

Rapports d'études et expertises

4. **VAYRE, J.-S.**, BESSON, M. (2018), « Rapport d'étude sur les usages de e-dépanneur : agencements problématiques et pistes d'amélioration », Rapport pour le Service Après-Vente de l'entreprises e.l.m. leblanc, Paris.
3. **VAYRE, J.-S.**, BESSON, M. (2018), « Où en est la transformation numérique des organisations ? Une appropriation inégale des TIC par les entreprises françaises », Rapport pour l'Académie franco-allemande pour l'industrie du futur, Institut Mines Télécom, Paris.
2. **VAYRE, J.-S.**, LENOIR, N. (2017), « Enquête sur les usages du MOOC « Manage your prices » », Rapport pour l'Ecole Nationale d'Aviation Civile de Toulouse et Toulouse School of Economics, Toulouse.
1. **VAYRE, J.-S.** (2014), « Comment les big data peuvent-elles permettre de mieux communiquer sur la qualité alimentaire ? », Rapport de fin de mission pour le club Transformation Agroalimentaire, Agri Sud Ouest Innovation, Toulouse. Consultable en ligne : [ici](#)

Articles de vulgarisation

2. **VAYRE, J.-S.** (2018), « La socialisation algorithmique », in : BERANGER, J., *Livre blanc d'ADEL*. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE, J.-S.** (2017), « Les enjeux de l'automatisation du marketing à l'ère du big data », *Tribune @ AFM*, Point de vue de chercheurs, le 9 février. Consultable en ligne : [ici](#)

Communications avec actes

10. **VAYRE, J.-S.**, BESSON, M. (2018), « Quand l'appropriation du travail est à la source de la production de la valeur : le cas des dépanneurs de WhiteCorporation » communication lors du

colloque international Étienne Thil 2018, à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMB) de Roubaix, les 4 et 5 octobre. Consultable en ligne : [ici](#)

9. **VAYRE, J.-S.** (2018), « Comprendre c'est pouvoir critiquer : pour une réflexion éthique sur les interactions hommes-machines à l'ère du big data », communication lors de l'atelier « Systèmes d'information et de décision et démocratie » d'INFORSID 2018, à la Cité des Congrès de Nantes, du 28 au 31 mai. Consultable en ligne : [ici](#)
8. **VAYRE, J.-S.** (2017), « Les systèmes de traitement de mégadonnées favorisent-ils la démocratie ? Le cas des dispositifs de gestion de la relation client », communication lors de l'atelier « Systèmes d'information et de décision et démocratie » d'INFORSID 2017, à l'Université Toulouse 1 Capitole, du 30 mai au 2 juin. Consultable en ligne : [ici](#)
7. **VAYRE, J.-S.** (2016), « Les machines ont-elles perdu leur esprit ? Discussion sur les vertus épistémologiques du principe de symétrie à l'ère du big data », communication lors de la journée d'étude « L'intelligence artificielle à l'heure des données massives », à la Maison Internationale des Langues et des Cultures de Lyon, le 2 décembre. Consultable en ligne : [ici](#)
6. **VAYRE, J.-S.** (2015), « Communiquer avec les big data : vers une nouvelle naturalisation de l'attention des consommateurs ? », communication lors du RT 11 – Sociologie de la consommation et des usages – Congrès de l'AFS 2015 « La sociologie, une science contre nature ? », à l'Université de Versailles Saint-Quentin, du 29 juin au 3 juillet. Consultable en ligne : [ici](#)
5. **ALEMANY, M. O., VAYRE, J.-S.** (2015), « Is « the bigger the better » always true? Big data and knowledge production in marketing research », communication lors du « 2015 Winter Marketing Educators' Conference », à l'American Marketing Association de San Antonio, du 13 au 15 février. Consultable en ligne : [ici](#)
4. **VAYRE, J.-S.** (2014), « Comment coproduisons-nous notre environnement numérique marchand ? », communication lors du colloque scientifique international Ludovia « Les objets numériques création et consommation », à l'Université d'été d'Ax-les-Thermes, du 25 au 28 août. Consultable en ligne : [ici](#)
3. **VAYRE, J.-S.** (2014), « De la performativité à la pertinence des mots et des choses. Retour sur les apports de la pragmatique linguistique en sociologie », communication lors du Colloque « Sociologie et Sciences du langage : quel dialogue et quelles interactions », à la Maison de l'Université de Mont-Saint-Aignan, le 21 et 22 mai. Consultable en ligne : [ici](#)
2. **VAYRE, J.-S.** (2013), « Le big data et la relation client. Quand les traces numériques organisent l'échange marchand », communication lors des 12^{ème} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation « Société et consommation », à l'Institut d'Administration des Entreprises de Caen, le 28 et 29 novembre. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE, J.-S.** (2013), « Découvrir l'offre dans un contexte de distribution multi-canal. Exploration autour de la sérendipité », communication lors de la journée doctorale « Marchés, organisations, institutions : regards croisés sur la sociologie et l'économie » de l'IDHE – ENS Cachan, à l'École Normale Supérieure de Cachan, le 28 juin. Consultable en ligne : [ici](#)

Communications sans actes

12. **VAYRE, J.-S.** (2020), « Automatiser l'organisation et le marché : quelle créativité à l'ère du capitalisme numérique ? », communication lors du colloque international « Critique de la raison automatique : bêtise(s) et intelligence(s) de la numérisation du monde », à la Gaîté Lyrique de Paris, le 26 mars.

11. **VAYRE**, J.-S. (2020), « Construire nos futurs économiques : du régime de la planification à celui de la prédiction », communication lors du séminaire « Planifier les communs : pratiques, théories, projets », à la Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord, le 13 mars.
10. **VAYRE**, J.-S. (2019), « Quelques éléments de réflexion pour le programme Predict-Op », communication lors du premier workshop du projet Predict-Op, à l'Université de Bordeaux, le 12 décembre.
9. **VAYRE**, J.-S. (2019), « Prédire ou produire des futurs économiques ? Des machines apprenantes pour travailler l'organisation des marchés », communication lors de la journée d'étude « Big data et machine learning, enjeux politiques, enjeux sociologiques », à l'École Normale Supérieure de Lyon, le 24 mai.
8. **VAYRE**, J.-S. (2018), « The organizational work with whiteboards: towards borderless and uncontrolled cooperation? », communication lors du cinquième workshop du projet Industry Without Borders, à l'Institut Mines Télécom de Paris, les 22 et 23 novembre.
7. **ZELESNIACK**, E., **VAYRE**, J.-S. (2018), « Comparative study of the diffusion of digital technologies within German and French companies », communication lors du quatrième workshop du projet Industry Without Borders, à IMT Atlantique de Brest, les 19 et 20 juillet.
6. **VAYRE**, J.-S. (2016), « Impacts de l'utilisation des big data comme nouvelles sources d'informations des professionnels », communication lors du séminaire « PragmaTIC : big data, big transformations ? », à l'Université Toulouse Jean Jaurès, le 17 mars.
5. **VAYRE**, J.-S., **COCHOY**, F., **LARNAUDIE**, L. (2015), « Qui sont ces agents de recommandation qui peuplent aujourd'hui nos environnements numériques marchands ? », communication lors de l'Atelier 17 du Congrès suisse de Sociologie 2015 « Les faiseurs d'algorithmes : vers des formes hybrides de production de collectifs et de gouvernances ? », à l'Université de Lausanne, du 3 au 6 juin. Consultable en ligne : [ici](#)
4. **COCHOY**, F., **SMOLINSKI**, J., **VAYRE**, J.-S. (2015), « Des traces marchandes aux sciences sociales transgénérationnelles ? QR-codes et agents de recommandation », communication lors du séminaire « Sciences humaines et sociales troisième génération (SHS3G) », au Medialab de Sciences Po Paris, le 28 mai. Consultable en ligne : [ici](#)
3. **VAYRE**, J.-S. (2015), « Les tableaux de bord sur données massives, pour un nouveau management de l'innovation », communication lors du Cycle Séminaire 2014/2015 « L'Innovation Intelligente. Intelligence économique et management de la connaissance », à la Cité des sciences de Paris, le 11 mai. Consultable en ligne : [ici](#)
2. **COCHOY**, F., **VAYRE**, J.-S. (2014), « Les big data à l'assaut du marché des dispositifs marchands : une mise en perspective historique », communication lors du colloque « Big data, entreprises et sciences sociales – Usages et partage des données numériques de masse », au Collège de France de Paris, le 2 juin. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE**, J.-S. (2013), « Les big data font leur marché. Vers un modèle de gestion ambidextre de la relation client », communication lors de la journée d'étude « Numérique et société : qu'en disent les travaux d'étudiants ? » de l'Observatoire des Pratiques Socio-Numériques Territorialisées & ComUniTIC, à la Cantine Numérique de Toulouse, le 13 juin.

Communications de vulgarisation scientifique

9. **VAYRE**, J.-S. (2018), « Les intelligences artificielles manipulent-elles notre environnement informationnel », communication lors de l'exposition « #HumainDemain, jusqu'où iriez-vous ? » de la médiathèque d'Odysud de Blagnac, le 13 mars.

8. **VAYRE, J.-S.** (2017), participation au séminaire « Diversité des modes de contact et cohérence du parcours client » organisé par les Responsables Marketing des logements sociaux, à Paris-Bercy, le 23 et 24 novembre.
7. **VAYRE, J.-S.** (2016), participation à l'atelier d'approfondissement « Faire de la recherche avec les big data » organisé par l'Association Française de Marketing (AFM), à l'Institut d'Administration des Entreprises de Paris, le 16 novembre.
6. **VAYRE, J.-S.** (2015), participation au grand débat « Le Big Data : la nouvelle révolution de la relation client » organisé par le Forum des innovations en distribution alimentaire (FODALI), à Périgueux, le 24 et le 25 juin.
5. **VAYRE, J.-S.** (2015), « L'évolution de la grande distribution et de son système d'information », communication lors des « Mardis de la socio » du département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès, à Toulouse, le 2 juin. Consultable en ligne : [ici](#)
4. **COCHOY, F., SMOLINSKI, J., VAYRE, J.-S.** (2014), « QR-code et usage marketing des « Big Data » : pratiques et enjeux », communication à l'Association Régionale des Entreprises de Vente À Distance et de E-commerce (AREVADE) en Midi-Pyrénées, à Toulouse, le 13 novembre.
3. **VAYRE, J.-S.** (2014), « Des machines intelligentes pour capter les consommateurs ? », communication lors des « Happy Hours des savoirs » du festival La Novela, à Toulouse, le 17 octobre.
2. **VAYRE, J.-S.** (2014), « Evaluer la pertinence des moteurs de suggestion marchande dans un environnement big data », présentation de poster lors de l'« Innovation IT Day » de Digital Place, à Labège, le 27 mai. Consultable en ligne : [ici](#)
1. **VAYRE, J.-S.** (2014), « La cognition socio-logique : ou comment s'activent les représentations humaines et sociales », communication lors des « Mardis de la socio » du département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès, à Toulouse, le 22 avril. Consultable en ligne : [ici](#)

Responsabilités, collaborations et projets scientifiques

Responsabilités scientifiques

Décembre 2020 :

- Responsable (avec Gérald Gaglio et Lise Arena) de l'organisation de la journée d'étude « IA et SHS : comment les sciences humaines et sociales se saisissent-elles de l'intelligence artificielle ? ».

Juin 2018 :

- Membre du comité d'organisation et du comité scientifique de l'atelier « Système d'information et d'aide à la décision et démocratie » organisé par INFORSID.

Février 2018/septembre 2018 :

- Responsable (avec Madeleine Besson) du partenariat entre TEM et la société e.l.m. leblanc : contrat de collaboration « Recherche collaborative sur la numérisation de e.l.m. leblanc ».

Février 2018/Juin 2018 :

- Responsable de l'organisation du séminaire « Entreprise du futur : quels enjeux économiques, sociaux et humains » :

- séance 1 : « Qu'est-ce que l'entreprise du futur ? Passé, présent et avenir de la numérisation des organisation » avec Daniel Kaplan et Jean-Garbiel Ganascia ;
- séance 2 : « Consommer à l'ère du numérique » avec Christophe Benavent et Franck Cochoy ;
- séance 3 : « Accélération et libération de l'entreprise : convergence ou divergence ? » avec Isaac Getz et Ahmed Bounfour ;
- séance 4 : « Travailler à l'ère du numérique » avec Patrice Flichy et Anne-France de Saint-Laurent Kogan).

Février 2018 :

- Responsable (avec Madeleine Besson) de l'organisation du deuxième workshop des 2 et 3 février 2018 du projet Industry Without Borders.

Novembre 2017 :

- Responsable (avec Madeleine Besson) de l'organisation du premier workshop du 15 novembre 2017 du projet Industry Without Borders.

Octobre 2017/Octobre 2018 :

- Responsable (avec Madeleine Besson) de la coordination des équipes de travail de l'Institut Mines Télécom engagées dans le projet de recherche Industry Without Borders.

Juin 2017/... :

- Membre de l'atelier permanent « Système d'information et d'aide à la décision et démocratie » (responsables : Maryse Salles et Raphaëlle Bour).

Janvier 2017 :

- Responsable (avec Loïc Caroux) de la grande conférence « Robotique » organisée par ComUniTIC.

Février 2016/... :

- Membre du comité d'expert d'ADEL (Label éthique pour l'exploitation des big data en santé).

Février 2016 :

- Responsable de la grande conférence « Sciences humaines et sociales et big data » organisée par ComUniTIC.

Octobre 2015 :

- Membre du comité d'organisation et du comité scientifique de la journée d'étude « TIC et compétences : regards croisés des SHS » organisée par ComUniTIC.

Septembre 2015/Septembre 2017 :

- Membre du bureau de ComUniTIC.

Février 2014/août 2015 :

- Responsable du partenariat entre le CERTOP et la société Nomao : contrat de collaboration « Enquête sur les usages du moteur de recherche personnalisé Nomao ».
- Responsable du partenariat entre le CERTOP et la société Pig Data : contrat de collaboration « Enquête sur les usages du moteur de suggestion personnalisé Pig Data ».

- Co-responsable du stage en ergonomie des interfaces homme-machine : « Evaluation d'une technologie de recommandation marchande personnalisée » (financé par le programme de recherche Digcon ; avec Franck Cochoy et Julien Cegarra).

Octobre 2013/juin 2014 :

- Membre du club « Transformation Agro-alimentaire » dans le cadre du tremplin jeune chercheur organisé par Agri Sud-Ouest Innovation (objet : les potentialités du big data pour un commerce de précision favorable à des modes de consommation durables).

Collaborations scientifiques

Octobre 2017/Décembre 2018 :

- Participation au programme de recherche *Industry Without Borders* coordonné par Madeleine Besson (responsable pour l'Institut Mines Télécom) et Ulrich Meyer (responsable pour la *Technische Universität München*) et financé par le *German-French Academy for the Industry of the Future* (objet : « Enquête sur la numérisation des organisations »).

Décembre 2016/Décembre 2017 :

- Participation à un projet de recherche mené en collaboration avec l'Ecole Nationale d'Aviation Civile (ENAC ; Responsables : Nathalie Lenoir et Jacques Raynal) et l'Ecole d'économie de Toulouse (TSE ; Responsable : Christophe Bontemps) dans le cadre du réseau de recherche *FutureLearn Academic Network* (FLAN ; objet : « Enquête sur les usages d'un MOOC »).

Septembre 2013/juin 2016 :

- Participation au programme de recherche Digcon coordonné par Franck Cochoy et financé par le *Swedish research council* (objet : « Enquête sur la numérisation des marchés »).

Octobre 2014/janvier 2015 :

- Collaboration avec le Laboratoire de Recherche en Communication Multimédia (LRCM ; Direction : Aude Dufresne) de l'Université de Montréal (financement COMUE ; objet : « Enquête sur les activités de consommation en ligne à l'ère du *big data* »).

Septembre 2010/juin 2012 :

- Participation au programme de recherche Consumer-Log coordonné par Franck Cochoy dans le cadre du programme « Villes Durables » (2010) financé par l'ANR (objet : « Enquête sur les mobilités de consommation en centre-ville »).

Activités pédagogiques

Charges d'enseignement

2019/2020 :

- HPESIS1 – Introduction à la sociologie (Licence 1 : 18 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur et 12 heures de CM à Sciences Po Menton).
- HPESQS3 – Questions de sociétés 3 (Licence 2 : 3 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- IPEPM – Sociologie des marchés (Licence 2 : 20 heures de CM à l'Institut Supérieur d'Économie et de Management).

- HLSO422 – Sociologie du travail et des professions (Licence 2 : 6 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HLSO601 – Théories sociologiques 4 (Licence 3 : 24 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HLSO602 – Lire la sociologie 4 (Licence 3 : 12 de TD au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HLSO614 – Préparation au stage de recherche (Licence 3 : 9 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMESME1 – Méthodologie 1 (Master 1 : 21 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMENMA2 – Méthodologie d'analyse des communautés en ligne (Master 1 : 6 heures de CM et 3 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMESN301 – Sociologie économique du numérique (Master 2 : 15 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMESN302 – Le travail et la santé en chantier numérique (Master 2 : 3 heures de CM et 3 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMESNT41 – Sociologie des réseaux et des communautés numériques (Master 2 : 7 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Côte d'Azur).
- HMESNT44 – Insertion professionnelle (Master 2 : 4 heures de TD à l'Institut Supérieur d'Économie et de Management).

2016/2017 :

- SO00102V – Théories de la socialisation : segment sociologie de la consommation (Licence 1 : 24 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès).
- MISO504V – Sociologie du travail numérique : segment sociologie des intelligences artificielles et des big data (Licence 3 : 14 heures de CM/TD au département de Mathématiques et d'informatique de l'Université Toulouse Jean Jaurès).

2015/2017 :

- SO0020X – Sociologies critiques de la modernité : théories de sociologie critique classique (Licence 3 : 50 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès).

2014/2017 :

- SOH021X – Sociologie de l'échange : théories de sociologie économique contemporaine (Licence 3 : 38 heures de CM au département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès).

2012/2016 :

- SO0013X – Approches quantitatives en sociologie : techniques du questionnaire et de traitement des données avec SPSS (Licence 2 : 228 heures de TD au département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès).

2011/2012 :

- 11L2SOC41FOP – Méthodes qualitatives : techniques de l'entretien et de l'analyse de contenu (Licence 2 : 25 heures de TD au département de Sociologie de l'Institut National Universitaire Champollion).

Année	Code UE	Intitulé du cours	Type	Grade	Heures
2019-2020 (223 h)	HPESIS1	Introduction à la sociologie	CM	L1	45
	HPESQS3	Questions de sociétés 3	CM	L2	4,5
	IPEPM	Sociologie des marchés	CM	L2	30
	HLSO422	Sociologie du travail et des professions	CM	L2	9
	HLSO601	Théories sociologiques 4	CM	L3	36
	HLSO602	Lire la sociologie 4	TD	L3	12
	HLSO614	Préparation au stage	TD	L3	9
	HMESME1	Méthodologie 1	TD	M1	21
	HMENMA2	Méthodologie d'analyse des communautés en ligne	CM + TD	M1	12
	HMESN301	Sociologie économique du numérique	CM	M2	22,5
	HMESN302	Le travail et la santé en chantier numérique	CM + TD	M2	7,5
	HMESNT41	Sociologie des réseaux et des communautés numériques	CM	M2	10,5
	HMESNT44	Insertion professionnelle	TD	M2	4
	2016-2017 (89.5 h)	SO00102V	Théories de la socialisation	CM	L1
SO0020X		Sociologies critiques de la modernité	TD	L3	25
SOH021X		Sociologie de l'échange	CM	L3	12,5
MISO504V		Sociologie du travail numérique	CM + TD	L3	16
2015-2016 (97.5 h)	SO0013X	Approches quantitatives en sociologie	TD	L2	50
	SO0020X	Sociologies critiques de la modernité	TD	L3	25
	SOH021X	Sociologie de l'échange (Service d'Enseignement à Distance)	CM	L3	12,5 10
2014-2015 (63.75 h)	SO0013X	Approches quantitatives en sociologie	TD	L2	50
	SOH021X	Sociologie de l'échange	CM	L3	13,75
2013-2014 (62.5 h)	SO0013X	Approches quantitatives en sociologie	TD	L2	62,5
	SO0013X	Approches quantitatives en sociologie	TD	L2	62,5
2012-2013 (62.5 h)	SO0013X	Approches quantitatives en sociologie	TD	L2	62,5
2011-2012 (25 h)	11L2SOC41FOP	Approches qualitatives en sociologie	TD	L2	25
Total					623,75

Activités annexes aux charges d'enseignement

2019/2020 :

- Co-encadrement (avec Gérald Gaglio) du mémoire de Master II « Sociologie-économie » de Burhan Ozdemir : « Blockchain et enjeux de vie privée : les tensions autour des technologies de confiance » (Mention : en attente de la soutenance).
- Encadrement du stage du double Master II « Sociologie-économie » de Camilo de la Torre : « Trajectoire de la création d'un outil de gestion ascendant au sein d'une organisation » (Mention Très Bien).
- Encadrement du mémoire du double Master I « Sociologie-économie » de Luca Baccino : « Les controverses dans l'intelligence artificielle » (Mention Bien).

2019 :

- Participation au Salon Infosup en tant que représentant enseignant du département de Sociologie de l'université Côte d'Azur.

2018/... :

- Mentor de Seta Cissé dans le cadre de la formation Insertion Professionnelle du programme Eloquentia.

2018 :

- Participation aux Cordées de la réussite organisées par Télécom École de Management et Télécom SudParis.

2016/2017 :

- Participation à l'encadrement du mémoire de Master II « Recherches et Études sociologiques » de Charlotte Esteban : « Développer des machines à faire parler : marché et ontologies. Le cas des automates conversationnels numériques » (Mention : Très Bien ; Direction : Franck Cochoy et Roland Canu).

2012/2016 :

- Participation au Salon Infosup en tant que représentant enseignant du département de Sociologie de l'université Toulouse Jean Jaurès.

2014/2015 :

- Participation à l'encadrement du mémoire de Master II d'ergonomie « Modèles, Analyses et Protocoles » de Lucie Larnaudie : « Évaluation centrée utilisateurs de l'agent de recommandations marchandes personnalisées de la Start-Up Pig Data. Impact de l'agent sur l'utilisabilité des sites d'e-commerce » (Mention Très Bien ; Direction : Julien Cegarra et Franck Cochoy).

2014/2015 :

- Participation aux « Mardis de la socio » organisés par le département de Sociologie de l'Université Toulouse Jean Jaurès.

Statuts et formations

2019/2020 :

- Maître de conférences contractuel à l'Université Côte d'Azur et membre du GREDEG (UMR 7321).

2017/2018 :

- Post-doctorant à l'Institut Mines Télécom Business School et membre du LITEM (EA 7363).

2016/2017 :

- ATER à l'Université Toulouse Jean Jaurès et membre du CERTOP (UMR 5044).

2017 :

- Obtention de la qualification aux fonctions de Maître de conférences en « sociologie, démographie » (section 19) délivrée par le Conseil National des Universités (CNU).

2012/2016 :

- Doctorant (CDU, 3 ans) puis ATER (1 an) à l'Université Toulouse Jean Jaurès et membre du CERTOP (UMR – 5044). Thèse de doctorat en Sociologie sous la direction de Franck Cochoy : formations DCCE de l'EDT + formations de l'ED TESC + Université d'été Ludovia.

2011/2012 :

- Étudiant-salarié en Master II de Sociologie mention recherche à l'Université Toulouse Jean Jaurès (spécialité Travail Organisation et Marché ; Mention Très Bien). Thème de recherche : TNIC et consommation (Direction : Franck Cochoy).

2010/2011 :

- Étudiant-salarié en Master I de Sociologie mention recherche à l'Université Toulouse Jean Jaurès (spécialité Travail Organisation et Marché ; Mention Très Bien). Thème de recherche : Mobilité des consommateurs et ville durable (Direction : Michèle Lalanne et Franck Cochoy).

2009/2010 :

- Étudiant-salarié en Licence de sociologie à l'Université Toulouse Jean Jaurès (spécialité sociologie économique).

2007/2009 :

- Étudiant-salarié en Deug de sociologie à l'Université Toulouse Jean Jaurès (spécialité sociologie économique).

2006/2007 :

- Étudiant-salarié en DAEU A à l'Université Toulouse Jean Jaurès (spécialités aspects sociaux et mathématiques).