

L'essentiel

Résumés des articles

Analyses

Qu'est-ce que le *Big Data* ?

Concept incontournable de ces dernières années, le *Big Data* appelle dès à présent à repenser la stratégie d'entreprise : au-delà du défi technique posé par le traitement de grandes quantités de données, c'est en effet le mode d'organisation intra-entreprise et le processus décisionnel qui sont bouleversés. La *data* devient le nouvel actif stratégique des entreprises, quel que soit leur secteur d'activité (banque, santé, distribution, télécommunications, etc.).

Matthias Fille,
Conseiller filière TIC - DGA-AIE - CCI Paris Ile-de-France

La révolution numérique du *Big Data* : pour un écosystème français exportateur et créateur d'emplois

Bien plus qu'une filière, le *Big Data* est un véritable écosystème. Enjeu de *business transformation*, il irrigue tous les secteurs et doit devenir l'une des priorités des entreprises : grands groupes et *startups* doivent collaborer. L'État a également un rôle crucial à jouer en tant que « locomotive d'expérimentation », via notamment la mise à disposition de données publiques et l'adaptation du cadre réglementaire afin de faciliter l'usage des *datas*.

François Bourdoncle,
Directeur Technique d'Exalead ; Membre de la Commission Lauvergeon « Innovation 2030 »

La structuration du secteur du *Big Data* français : le projet *Alliance Big Data*

Fédérer les acteurs (industriels, services publics, laboratoires, etc.), partager des expériences, construire une vision commune, favoriser le développement de nouveaux services et applications : tels sont les objectifs de l'*Alliance Big Data*. L'ambition de l'*Alliance* est de donner à la France « une place ambitieuse sur l'échiquier de la *data* et de cette révolution numérique » ; il s'agit également de développer un réseau social au niveau européen.

Charles Huot,
Président du Comité Éditorial du portail Alliance Big Data

Les initiatives gouvernementales en matière d'*Open Data* : la mission *Etalab*

La mission *Etalab* est chargée de « soutenir l'ouverture et le partage des données publiques », afin notamment d'en faciliter la réutilisation par les personnes privées : entreprises, citoyens, associations peuvent disposer de ces données sur le portail *data.gouv.fr*. Au-delà du développement et de la structuration de l'écosystème national, la mission *Etalab* participe à la coordination européenne, voire internationale, des stratégies d'*Open Data*.

Laure Lucchesi,
Directrice adjointe de la mission *Etalab*

De la France aux États-Unis, la vision d'un entrepreneur français sur le développement du *Big Data*

Aller aux États-Unis, pour une *startup* française, c'est « *plonger dans ce qui se fait de mieux en termes de bain concurrentiel et technologique* ». S'établir hors de France permet de se remettre en cause en continue, et donc de progresser. En outre, contrairement aux Français, les Américains ont déjà une haute idée de la valeur de la *data* ; ils ont des problématiques en termes d'usages mais un manque d'expertise... auquel les entreprises françaises peuvent remédier !

Adrien Schmidt,
Président Directeur général de Squid Solutions ; Président de Silicon Sentier

Les entreprises européennes sont-elles matures pour le *Big Data* ?

Si les entreprises européennes semblent conscientes de l'enjeu que représente le *Big Data* en termes de croissance et de compétitivité, elles ne sont que 7 % à le considérer comme un sujet d'actualité ! Au manque d'outils pour exploiter/analyser les gisements de données à leur disposition, s'ajoutent la difficulté à se doter des compétences nécessaires à leur traitement (pénurie d'expert) et un niveau de qualité de ces données insuffisant.

Hichem Dhrif,
Directeur du domaine Enterprise Information Management - Steria France

Le marché du *Big Data* aux États-Unis : trois *startups*, trois regards

Démystifier l'*Open Data* grâce au design interactif : l'ambition d'une *startup* de la Silicon Alley

« *Créateur de valeur à partir des données publiques* », la *startup* *Enigma.io* s'est implantée aux États-Unis, où la culture américaine de la transparence stimule l'*Open Data* comparativement à la France. Elle a choisi la Silicon Alley, à New-York, en lieu et place de la Silicon Valley : « *écosystème très vivifiant* », la Silicon Alley regroupe surtout des *startups* du B2B, sensibles au design interactif, et les *Venture Capital* y sont moins spéculatifs.

Raphaël Guillemot,
Design Manager - Enigma.io

S'implanter à Kansas City : le choix décalé d'une *startup* française

Bime Analytics a fait le choix des États-Unis dès sa création, afin de « *recupérer un maximum de feedbacks de la communauté de la Business Intelligence et de la data* » sur son projet. Zone technologique à fort potentiel, Kansas City s'est révélé être la porte d'entrée parfaite pour une *startup* française de petite taille : infrastructures de télécommunications, incitations financières de la municipalité, disponibilité de talents locaux, etc.

Rachel Delacour,
Président Directeur général - Bime Analytics

Le *Techstars* de New-York : un « accélérateur » de *startups*

New-York revêt tous les ingrédients d'un « *écosystème numérique vertueux pour les startups : du talent, des investisseurs et un environnement social et collaboratif* » d'après le PDG de la *startup* *Placemeter*. Retenu en 2012 au sein du programme d'accélération de *startups* de la ville, A. Winter parle de compétition, de pression, d'un environnement exceptionnel particulièrement stimulant pour les activités de son entreprise.

Alexandre Winter,
Président Directeur général - Placemeter

Exemples d'applications sectorielles du *Big Data*

Le *Big Data* au service de l'analyse des visuels

Vecteur de valorisation du contenu, l'image s'impose désormais comme un élément incontournable de la communication des entreprises, notamment sur les réseaux sociaux. Les entreprises doivent donc surveiller et analyser ces flux de photos, comme elles le font pour les textes, afin de protéger leur e-réputation. Des technologies de reconnaissance et d'analyse d'images leur permettent aujourd'hui d'appréhender les usages que les internautes font de leur marque.

Frédéric Jahard,
Président Directeur général - LTU technologies

Le *machine learning* appliqué au secteur du e-commerce

Avec des possibilités techniques limitées et une approche segmentée, les CRM traditionnels n'offrent qu'une connaissance partielle des clients. Exploiter les millions de données sociales brutes que génère le web permet incontestablement aux e-commerçants d'affiner les souhaits et besoins de leurs clients, et donc de disposer d'une communication plus ciblée, personnalisée. C'est ce que permet désormais d'obtenir le *machine learning*.

David Bessis,
Président Directeur général - Tynyclus

Les apports du *Big Data* à la finance

Le *Big Data* contribue à alimenter les analyses des investisseurs financiers : les échanges sur les réseaux sociaux permettent, par exemple, d'appréhender la popularité d'une marque ou d'un produit, de mettre en œuvre des stratégies de *trading intraday* ; l'analyse à grande échelle des données météorologiques, géopolitiques, etc. permet aux investisseurs (matières premières) de réagir en temps réel ; ... : de quoi améliorer l'expertise financière.

Thanh-Long Huynh,
Président Directeur général - QuantCube Technology

Optimiser la performance énergétique des processus industriels grâce à la *data*

Entre contrainte environnementale et rareté des ressources, le secteur de l'énergie est en pleine mutation et génère des quantités de données. L'exploitation de ces données permettrait notamment de répondre aux nouvelles exigences des acteurs économiques (particuliers et entreprises), de plus en plus soucieux de la gestion de leurs coûts d'approvisionnement et de consommation : une contribution à l'optimisation des performances énergétiques.

Arnaud Legrand,
Président Directeur général - Energiency

Big Data et santé : enjeux nationaux et illustrations empiriques de l'étranger

L'analyse des données publiques de santé représente un formidable moyen de modernisation et de rationalisation du système d'assurance maladie français : optimisation de la prévention, meilleure prise en charge du patient, diminution des dépenses publiques, développement de la recherche, etc. De nombreux pays ont d'ores et déjà franchi le pas ; leurs expérimentations constituent de bons exemples à même de nourrir la réflexion nationale.

Matthias Fille,
Conseiller filière TIC - DGA-AIE - CCI Paris Ile-de-France

L'interview !

Questions à... Florian Douetteau, Président directeur général de Dataiku

Startup parisienne fondée en janvier 2013, *Dataiku* est spécialisée dans le traitement et l'analyse des *datas* ; elle propose aux entreprises un logiciel permettant de « *préparer, canaliser et faire des prédictions à partir de gros volumes de données* ». Florian Douetteau, PDG, nous présente les projets de sa société, sa vision du marché américain et sa perception des évolutions en cours de l'écosystème français du *Big Data*.

En pratique

Les entreprises face aux risques du Big Data - Les enjeux sécuritaires

« *Le Big Data complexifie la politique de sécurité si l'on ne se prémunit pas en amont, en suivant un ensemble de principes tels que : l'intégrité, la confidentialité, la disponibilité, la non répudiation et l'authentification* ». Toute entreprise doit se remettre régulièrement en question en matière de sécurité et nommer un Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information autonome ; alors, elle sera à même de faire face aux menaces du *Big Data*.

Christian Aghroum,
Président de la commission « Sécurité Numérique » du Club des Directeurs de Sécurité des Entreprises

« Big Data et Business Analytics » : former les nouveaux entrepreneurs de la data

Trop peu d'entreprises disposent des compétences nécessaires à l'utilisation des technologies d'analyse des *datas*, technologies pourtant fortement créatrices de valeur. *HEC Paris* et *IBM* ont donc lancé un cursus *Big Data* afin de former des profils d'un nouveau genre, complémentaires aux *Data Scientists*, ingénieurs, statisticiens, et maîtrisant trois compétences : « *gérer les informations, les analyser, prendre des décisions stratégiques pour l'entreprise* ».

Josiane Gain,
Responsable relations universitaires - IBM France

La formation de Data Scientist, un enjeu complexe

Face à l'intérêt croissant des entreprises pour l'exploitation des données, l'ENSAE a cherché à adapter son offre de formation ; elle propose désormais une filière *Data Science*, en troisième année du cursus ingénieur, et réfléchit à un projet de master spécialisé pour la rentrée 2014. Grâce au caractère transversal des méthodes quantitatives, les profils issus de cette filière pourront accéder à une multitude de secteurs d'activité (conseil, industrie, etc.).

Julien Pouget,
Directeur de l'ENSAE ParisTech

Les perspectives technologiques du Big Data

Le *Big Data* est la réunion de deux actions : stocker des milliards de données ET faire des milliards de calculs par seconde ! La technologie évolue, comme le montre le système *Hadoop*, par exemple, qui s'enrichit en permanence de nouveaux matériels et de nouveaux usages. Ainsi, dans la finance, les technologies du *Big Data* ouvrent de nouvelles perspectives : disponibilité des données de transaction en historique illimité, nouveaux outils analytiques, etc.

Nicolas Liochon,
Président Directeur général - Scaled Risk

Zoom sur ...

Cinq conseils pratiques pour gérer au mieux ses paiements en devises

Pour aider les entreprises qui travaillent à l'international à faire face - au mieux et à moindre coût - aux problématiques de règlement en devises ou de couverture de change, cinq conseils sont proposés : de l'anticipation des sorties de trésoreries au choix de l'établissement de paiement, en passant par la diversification des devises utilisées, le suivi des cours de change, et le choix de la couverture du risque de change « à terme » ou « au comptant ».

*Cyril Léger,
Country Manager France - FX4Biz*