



L'Alliance Big Data :

du Big Data à l'Active Data

www.alliancebigdata.com

Selon IDC, 48,6 milliards de dollars seront dépensés dans le Big Data en 2019. Le marché français est estimé à 9 milliards d'euros d'ici cinq ans. Le Big Data va continuer de se développer car la croissance du volume des données n'en est qu'à ses débuts. La quantité de data va encore s'accroître avec les usages, la spirale des services et des expériences, et l'internet des objets : il y aura bientôt plus d'objets que de personnes connectées. L'univers numérique double en volume tous les deux ans en compliquant chaque jour l'équation d'un nouveau monde. Nous voici donc bien installés dans l'ère des Big Data.

La révolution du Big Data est en marche

Après quelques années de réflexions et d'expérimentations, les actions liées à la Data se généralisent progressivement et les entreprises passent à l'action. C'est ainsi que 70% des entreprises ont déjà lancé des initiatives en ce sens. En 2015, la dimension « Big » du Big Data était déjà intégrée par les organisations, enfin consciente de l'importance de leur patrimoine informationnel, souvent ignoré, mal maîtrisé ou délaissé jusqu'alors. Elles ont investi dans diverses initiatives Data, principalement pour améliorer l'efficacité opérationnelle, aider à la prise de décision, mais aussi pour innover, révéler et faire émerger, voire participer au nouveau paradigme qui se dessine autour de la Data, de la personnalisation et de toutes les collaborations.

Entre les données générées par les internautes, par les entreprises et celles mises à disposition par les collectivités, on constate qu'il existe une masse colossale de données non-exploitées qui sont génératrices de compétitivité pour les entreprises et les organisations qui sauront se transformer et en tirer parti. La prise de conscience généralisée de l'importance de la data annonce un bouleversement méthodologique et des conséquences importantes en termes de management. La data a franchi un cap, passant de fonction support à celle de ressource stratégique, ce qui au passage doit transformer en profondeur les organisations. La stratégie des entreprises seront de plus en plus « *data-driven* » car le Big Data est potentiellement moteur d'innovation et générateur de nouveaux modèles.

Big Data et Data Science

Ces ensembles de méga données qui nécessitent de nouveaux moyens pour les comprendre et en tirer du sens, posent des questions de fond sur leur identification, leur collecte, leur interprétation et leur analyse. « *Le big data est dépassé ! Aujourd'hui, tout tourne autour des algorithmes* » déclare Peter Sondergaard, Senior Vice President, Gartner Research. Il explique que pour aider les entreprises à développer l'aspect numérique de leurs activités, le point clé réside dans l'exploitation des algorithmes. Pour Sondergaard, la valeur n'est pas dans le Big Data, car si les données constituent la matière première, elles sont malgré tout éphémères alors que les algorithmes définissent l'usage et concernent directement le client.

Le Big data correspond à l'accumulation d'un nombre très important de données souvent très variées puis en l'analyse en temps +/- réel de celles-ci. La Data Science (ou science des données) regroupe l'analyse prédictive et l'exploration des données. Elle consiste à la conception et au développement d'algorithmes à l'aide de règles mathématiques, de méthodes statistiques ou de « *Machine Learning* » pour résoudre des problèmes ponctuels.



L'Alliance Big Data :

du Big Data à l'Active Data

www.alliancebigdata.com

D'après le Gartner, plus de la moitié des grands comptes utiliseront de l'Analytics avancé et des algorithmes propriétaires d'ici à 2018. D'autre part, le « *deep learning* », -l'apprentissage profond, une technique de Machine Learning (apprentissage automatique)-, est devenue la nouvelle obsession de la Silicon Valley. Pour les géants de l'informatique, le Deep Learning est crucial pour développer le monde de demain.

Du Big Data à l'Active Data

La donnée est le moteur de l'économie digitale et permet de disposer d'informations nécessaires à la prise de décision et à l'amélioration des écosystèmes d'entreprises. Elle peut être achetée, vendue, partagée, détournée ou même volée. Elle ne cessera de croître. Aujourd'hui, pour pouvoir gagner en compétitivité et en différenciation, il faut tout connaître de ses utilisateurs et améliorer l'ensemble des processus de l'entreprise. Il s'agit d'un travail continu sur l'utilisation de la donnée quantitative et qualitative, partout, pour tout et tout le temps. Mais il ne suffit pas d'avoir des données pour que l'entreprise devienne « data driven ». Une culture d'entreprise fondée sur les données signifie que l'on va utiliser des faits plutôt que des opinions. Les décisions et les choix se feront à partir de la réalité des faits et des analyses poussées des données plutôt que sur de simples croyances non confrontées.

L'expression Big Data avait pour objectif de mettre l'accent sur les 3V, vitesse, variété et volume de données sans précédent générés aujourd'hui. Mais pour que la "Data" devienne le pivot des actions de l'entreprise et crée de la valeur, il faut de nouvelles méthodes, des organisations, et des outils capables de gérer cette masse de données, et de transformer des stocks de données passives en données actives. Le Big Data se nourrit des algorithmes de la Data Science et permet de les industrialiser. C'est l'association du Big Data et de la Data Science qui permettra une plus grande analyse de ce monde nouvellement digitalisé, en (re)mettant le sens et les usages au tout premier plan. Face à ce potentiel unique, il est nécessaire que les entreprises prennent conscience des opportunités qui s'offrent à elles, si elles s'engagent dans ces nouvelles voies.

L'entreprise de demain sera une entreprise beaucoup plus ouverte, en prise directe avec son environnement, ses activités directes et associées, ses partenaires et utilisateurs contributeurs. Une entité en constante évolution dont une des ressources les plus précieuses sera l'Active Data, reposant sur le Big Data et la Data Science, couplés aux usages.

La révolution numérique de la société se diffuse mettant la transformation digitale au cœur des stratégies des organisations, devenant un enjeu économique majeur. L'amplitude de l'onde de choc, les secteurs impactés, les business modèles à revisiter ou réinventer, et toutes les applications qui en découleront ne sont, à ce jour, pas tous identifiés.

Anticiper la révolution numérique est une chose, savoir adapter voire recréer son modèle économique en est une autre. La transformation numérique ne consiste pas tant à numériser ses processus qu'à inventer de nouvelles formes d'organisation, de nouveaux métiers, des interactions avec un éco système qui doivent redessiner de nouveaux services pour des clients acteurs et contributeurs. L'enjeu consiste à détecter les mutations et les compétences nécessaires pour les impliquer. Il ne s'agit pas de prédire le futur, mais d'extraire



L'Alliance Big Data :

du Big Data à l'Active Data

www.alliancebigdata.com

le sens des tendances observables. La difficulté consiste à rester sans cesse à l'écoute des changements en étant capable de distinguer un simple bruit sans conséquence sur la stratégie, avec un vrai signal annonciateur d'une profonde transformation en marche. La curiosité associée à la diversité favorisent l'émergence et la création de valeur, à condition d'accepter parfois l'ambiguïté.

Innover consiste à créer les conditions de la créativité, en transformant l'imagination en expérimentation et en actions. Prendre des risques et faire des paris, intégrer de nouveaux paradigmes, devenir ACTIVE DATA, en donnant du sens à tous les acteurs.

* **Membres Alliance Big Data** : Adetem, ADEC, AFDEL, Alma Consulting, Business & Decision, Camp de Bases, Cap Digital, Cap Gemini, CIGREF, Exalead, Finance Innovation, GFII, Institut Louis Bachelier, SFIB, Syntec numérique, CEA List, EGE, ESG, Groupe IES ESCP Europe Alumn, Harlay Kahn, iDeaTrans, Inria, Jamespot, LIMSI, Mines-Télécom, MNMS, Pôle Léonard de Vinci, Rubedo Université de La Rochelle, Cap Digital, Finance Innovation, Sirius, Systematic, ...

Contact : Marie-Odile Charaudeau mo.charaudeau@alliancebigdata.com - 06 30 42 43 25 @alliancebigdata



L'Alliance Big Data : du Big Data à l'Active Data

www.alliancebigdata.com

