

PAR DIDIER KRAINIC



directeur général  
d'IDC France

# Un nouvel **eldorado** numérique

Les *big data* constituent, avec le *cloud computing*, la mobilité et les réseaux sociaux, l'un des quatre piliers de la transformation numérique. Ils tirent profit des flux de données considérables qui transitent à tout instant sur les réseaux. Pratiques déjà en France par une entreprise sur deux, ils croissent au rythme de près de 30% chaque année.

■ Les défis posés par l'explosion des volumes de données (surtout non structurées, comme la vidéo, le son, les messages) et par leurs traitements, notamment dans des applications analytiques, poussent les entreprises à déployer des technologies *big data*.

## Une croissance soutenue

L'adoption des *big data* est lancée. Le marché des technologies *big data* (environ 190 millions d'euros en 2013) va croître en France à un rythme annuel de 27% entre 2012 et 2017, pour atteindre 494 millions d'euros.

Ce marché est tiré par un « cœur de cible » constitué par 9% des entreprises pour lesquelles les *big data* sont au centre des priorités. Suit une frange importante d'entreprises (42%) qui investissent, évaluent, déploient des initiatives *big data* sans en faire une priorité majeure. Ces chiffres sont élevés et situent les *big data* en tête des priorités des entreprises lorsqu'on considère les quatre piliers de transformation de l'informatique.

L'utilisation décroît avec la taille d'entreprise. Les deux tiers des grandes entreprises (plus de 1 000 salariés) s'y seront mises avant la fin de l'année 2014.

La France se situe dans la moyenne européenne, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni. Ce sont les pays du Sud (Espagne et Italie) qui présentent les taux de priorité les plus élevés, tant en entreprises « cœur de cible » qu'en entreprises suiveuses.

## REPÈRES

Le terme *big data* est désormais consacré. Il est pourtant réducteur, car il se focalise sur le volume, qui n'en constitue qu'un des aspects, certes fondamental, mais ni nouveau, ni suffisant. On peut le définir comme une nouvelle génération de technologies et d'architectures conçues pour extraire, à un coût accessible, de la valeur de très grands volumes d'une large variété de données, en permettant une capture, une exploration ou une analyse à grande vitesse. Cette définition est symbolisée par le concept des « 4 V » (volume, valeur, variété et vitesse de traitement des données).

## Les services en tête

Parmi les secteurs d'activité, les services sont en avance dans l'usage des *big data* avec des taux d'utilisation élevés pour tous les outils (entre 33% et 24%).

L'industrie est en retrait avec des taux d'utilisation encore faibles, excepté l'usage des nouveaux modes d'information. Mais un équilibre devrait s'opérer d'ici la fin de l'année.

Infrastructure, logiciels et services constituent la chaîne technologique de base.

L'infrastructure comprend les serveurs et les logiciels associés, achetés par les entreprises et les fournisseurs de « capacités *cloud* », les systèmes de stockage, l'équipement des réseaux.

Les logiciels concernent d'abord les applications spécifiques à une industrie ou à un métier (par exemple, la détection de fraude, l'analyse des flux de « clics » sur le Web, l'optimisation de la logistique).

Ils s'adressent aussi aux moteurs de recherche utilisés pour la *data mining*, le *text mining*, l'analyse *rich media* (c'est-à-dire des données contenant des images, des vidéos, du son), la visualisation des données.

Enfin, ils traitent de la gestion et de l'organisation des données.

Une priorité absolue pour près d'une entreprise sur dix

LE MARCHÉ DES *BIG DATA*

Marché big data (M€)	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Serveurs	10	13	16	19	22	25
Stockage	9	15	32	50	69	89
Équipements réseaux	3	4	6	8	11	13
Cloud	4	6	10	15	23	31
<b>TOTAL INFRASTRUCTURES</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>64</b>	<b>93</b>	<b>125</b>	<b>158</b>
Logiciels de gestion des données	15	20	26	34	44	58
Logiciels analytiques et d'exploration	20	24	29	37	48	63
Logiciels applicatifs	5	6	8	9	12	15
<b>Total logiciels</b>	<b>40</b>	<b>50</b>	<b>63</b>	<b>80</b>	<b>104</b>	<b>136</b>
<b>Services</b>	<b>86</b>	<b>102</b>	<b>16</b>	<b>141</b>	<b>166</b>	<b>199</b>
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>189</b>	<b>242</b>	<b>314</b>	<b>395</b>	<b>494</b>

Source : IDC France.

Les services couvrent les prestations de consulting, de BPO (*business process outsourcing*) telles que l'externalisation de la gestion de la paie, de support et de formation relatifs à la mise en place de solutions *big data*.

### Des applications multiples

Beaucoup d'applications *big data* sont dédiées à l'analyse des données. Mais pas toutes. Certaines servent à connecter en temps réel des sites Web sur les réseaux sociaux ou les applications de *gaming* (jeux en réseau).

D'autres sont utilisées pour les grands dépôts de contenu donnant accès à des quantités massives de documents. Par exemple des applications analytiques (*data mining*, analyse multidimensionnelle, visualisation des données, etc.) ; des opérations (fonctionnement d'un site Web,

traitement des commandes en ligne) ; des accès à l'information (recherche d'information, normalisation).

D'autres applications sont déployées en support des processus de certains métiers. Par exemple le CRM (gestion de la relation clients) ; la *supply chain*, l'administration (finance, ressources humaines, juridique, etc.) ; la recherche et le développement ; l'efficacité du système d'information ; la gestion des risques.

### La moitié des entreprises françaises bientôt équipées

Des évolutions marquantes permettent d'anticiper un développement important du marché. Ainsi, une part significative (21 %) des entreprises françaises (de plus de 50 salariés) offrent d'ores et déjà un accès *big data* à leurs employés. La dynamique est élevée : 37 % des entreprises ont un projet en cours. En tenant compte de ces projets en cours, les *big data* devraient équiper près de la moitié des entreprises françaises d'ici deux à trois ans. À ce compte, la croissance moyenne des nouveaux venus aux *big data* se situera aux alentours de 50 % par an.

Les entreprises de services (banque, finance, réseaux utilitaires, télécommunication) et l'industrie sont les premiers utilisateurs. Le commerce est loin derrière.

Les nouvelles solutions pour l'infrastructure et ses applications se diffusent donc progressivement.

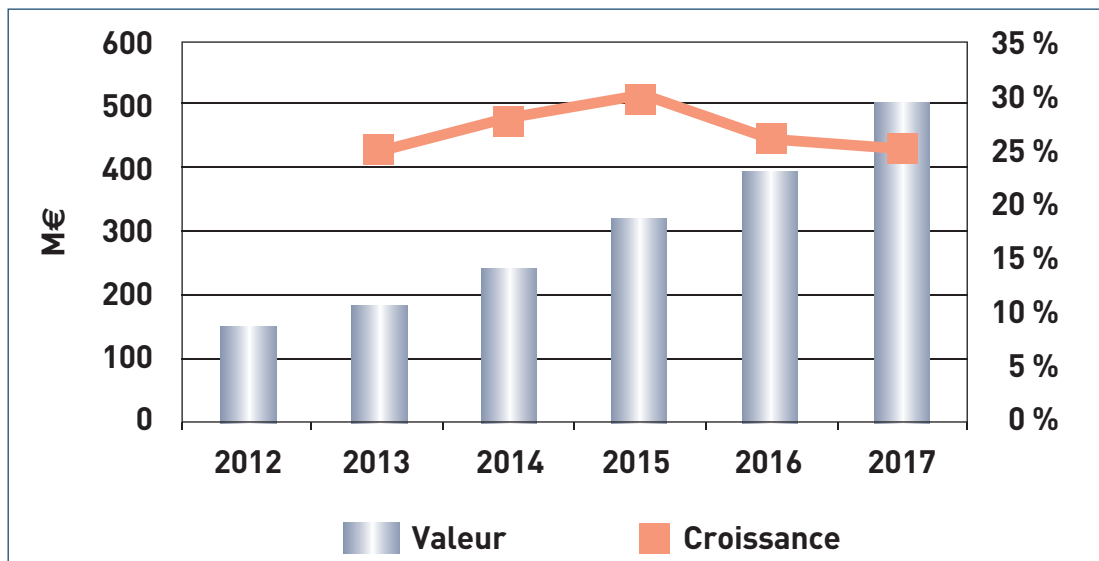
On perçoit aujourd'hui des différences d'approches sectorielles, mais un équilibre devrait s'opérer d'ici la fin de l'année pour conduire aux mêmes niveaux d'utilisation des outils quel que soit le secteur.

### Du transport à la santé

Dans l'industrie, de multiples applications verticales sont couvertes par les *big data*. Citons, par exemple, l'optimisation de la logistique dans le transport ; l'optimisation des prix de vente, d'achat, de la fidélité dans le commerce ; la gestion de la propriété intellectuelle dans les médias et les loisirs ; l'exploitation des ressources naturelles, la gestion de la distribution dans les réseaux utilitaires (eau, électricité, etc.) ; la gestion des garanties dans l'industrie manufacturière ; l'évaluation prédictive des dommages dans le secteur des assurances ; la détection des fraudes dans l'industrie bancaire ; le traitement des pathologies, la recherche dans le domaine de la santé.

Les logiciels concernent d'abord les applications spécifiques à un métier

## ÉVOLUTION DU MARCHÉ



Source : IDC  
France.

### Trois exemples d'effets escomptés

**Finance : rationalisation du *post-trading* (\*) permettant d'obtenir unicité des données, vitesse de *reporting* réglementaire ; baisse du coût par événement.**

**Distribution : gestion des assortiments ; réévaluation de la stratégie de *sourcing* ; optimisation de la fidélité.**

**Réseaux utilitaires : multiplication de la fréquence de collecte ; nouveaux critères de segmentation.**

(\*) Beaucoup de transactions se font rapidement de *trader à trader*, en temps réel, souvent par téléphone ou par échange de messages ; une fois que la transaction est faite, il s'agit de la clarifier, d'en préciser rigoureusement les termes, d'en fixer le montant exact en fonction des cours, de vérifier sa faisabilité réglementaire, etc.

Des différences d'approches sectorielles

- Les entreprises qui ont déployé des *big data* ont d'abord investi dans de nouvelles technologies de stockage et dans des solutions de *datawarehouse* (entrepôts de données) accélérées.

#### Le marketing en retrait

Un des facteurs de succès des *big data* vient de la grande diversité des outils disponibles, en particulier les nouveaux modes d'information, les technologies d'analyses et les méthodes d'analyses.

L'éducation des DSI (directions informatiques) n'est plus à faire : elles perçoivent clairement le potentiel et les caractéristiques symbolisées par le concept des « 4 V » : le volume, la valeur, la variété des données et la vitesse de traitement des données.

Cependant des freins subsistent : la question du financement est une préoccupation majeure. Beaucoup de spécialistes expriment la difficulté à évaluer les coûts réels des *big data* pour construire un modèle de retour sur investissement.

On s'attendrait à ce que ce soit surtout les directions marketing qui se mobilisent. L'analyse en temps réel des données des consommateurs en situation de mobilité ou des informations précises fournies par les capteurs des objets connectés, tout cela ouvre des perspectives formidables au marketing de proximité, au marketing *one-to-one* et aux offres ciblées au plus juste.

Les objectifs sont d'optimiser les offres, de réduire le *churn* (le taux d'attrition, corrélé au taux de fidélité des clients) et de mener des campagnes ultrapersonnalisées. L'utilisation pour du *push* sur le Web (recommandations personnalisées en ligne, gestion de l'e-réputation) vient en second.

Dans la réalité, une majorité des directeurs marketing connaissent encore mal (certains même pas du tout) le concept et ses domaines d'utilisation possibles. Mais de gros efforts de communication sont en cours pour les convaincre de l'intérêt des *big data*. ■