

ALTARES : LE CHAMPION DE L'ANALYSE DE DONNÉES



Laurence Augoyard

La société **Altares** est devenue spécialiste de l'information sur les entreprises en France et à l'international dans plus de 200 pays. Elle contribue au développement et à la croissance de sa clientèle par la collecte et l'analyse de données. Interview de Laurence Augoyard, Président Directeur Général du groupe.

Pour soutenir le business, quelles sont les tendances lourdes sur le marché de la data ?

C'est l'arrivée en masse des données avec son corollaire : l'apport massif de nouvelles technologies capables de les exploiter et de leur donner du sens.

Environ 85 % des données ne sont pas exploitées. Comment faire ?

Le chemin est stratégique, technologique, humain. L'étape décisive est le basculement, au plus haut niveau, dans une démarche consciente de création de valeur. La data doit trouver sa place dans une chaîne de valeur « augmentée ». La cartographie précise du patrimoine informationnel en lien avec les cas d'usage constitue, de notre expérience, la deuxième phase.

Quels sont les autres moyens ?

L'intégration systématique des technologies de data mining, scraping, crawling, deep learning, visualisation sont autant d'outils à la disposition des entreprises à condition que leur utilisation soit bien rattachée au business, dans les mains d'hommes et femmes qui maîtrisent le processus de transformation en revenus. À défaut, le voyage est vain.

Sans oublier les algorithmes ?

Bien sûr, les algorithmes et la data science sont

désormais partout dans les processus et les business modèles comme ceux d'Amazon, d'Uber, d'Airbnb et bien d'autres encore. Avec eux, l'analyse prédictive et le temps réel modifient en profondeur les approches marketing, commerciales, supply chain et conformité.

La Data est évidemment un levier de performance très important pour les entreprises...

La data et les technologies de calcul améliorent la performance opérationnelle de l'entreprise. Le changement profond est l'utilisation de la data pour faire évoluer ou créer de nouveaux modèles, à l'intérieur ou au-delà des frontières du métier historique.

À quels défis majeurs les entreprises que vous accompagnez sont-elles confrontées ?

La data est valeur. Garder la propriété de ses data c'est s'assurer de conserver sa place au sein de la planète numérique. C'est au moins se battre pour pouvoir exister les 15 prochaines années. C'est évidemment le défi le plus important. Et les entreprises peuvent largement tirer leur épingle du jeu parce qu'elles ont la connaissance métier.

La gestion et l'analyse des données sont-elles aujourd'hui primordiales ?

Nous sommes dans l'ère de la Data Economy. Qu'on le veuille ou non, qu'on le déplore ou qu'on l'accepte, le phénomène est déjà là. Chaque

industrie, chaque secteur, chaque modèle sont concernés.

Les entreprises peuvent tirer profit de l'évolution des systèmes des technologies de l'information pour accélérer leur digitalisation. Car tant qu'elles ne profiteront pas de la richesse de la data, elles ne pourront approcher le Nouveau Monde !

Mais pour profiter de la data, il faut trouver les bonnes compétences...

Oui, et la France a justement ces talents. Il faut des scientifiques et des marketeurs capables de comprendre l'interaction nécessaire entre les nouvelles technologies et le business. Ils sont aujourd'hui encore trop peu nombreux, enclenchant une vraie guerre des compétences.

Un autre défi, c'est la gestion du temps...

L'accélération est l'autre défi des comités de direction. En plaçant la data au cœur de leur stratégie, ils peuvent accélérer l'émergence de nouvelles lignes de revenus, voire réinventer leur métier. La data couplée aux nouvelles technologies a un effet d'accélérateur vertueux.

Enfin le dernier défi...

C'est un problème de culture. Il est essentiel de savoir comment les entreprises peuvent s'inscrire dans le monde nouveau où le collaboratif, le partage et la co-innovation sont essentiels pour créer de la valeur.

« LES POLYTECHNICIENS SONT DES PASSEURS, DES VISIONNAIRES. ILS VONT POUVOIR RELIER L'ANCIEN MONDE AU NOUVEAU PARCE QU'ILS ONT DES COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES, PARCE QU'ILS SONT FORMÉS À DIRIGER ET PARCE QU'ILS VONT TRANSFORMER NOS ORGANISATIONS ET FÉDÉRER NOS ÉQUIPES. JE SUIS CONVAINCUE QUE LES POLYTECHNICIENS PEUVENT NOUS AIDER À RÉALISER CETTE CONVERGENCE. C'EST VITAL »
EXPLIQUE LAURENCE AUGOYARD.

La stratégie d'Altares consiste à optimiser le technologie / data / usages : comment faites-vous ?

S'il n'existe pas d'usage, il ne sert à rien d'exploiter la data. S'il n'existe pas d'usage, il n'y aura pas non plus de valeur. Notre réponse est dans la recherche de l'amélioration de l'usage pour créer du profit ou repenser un modèle.

Êtes-vous contraint par une seule data ?

Nous pouvons aller chercher toutes les data pertinentes pour résoudre un problème clients. La pertinence, c'est la clef. Nous restons aujourd'hui le partenaire data des entreprises, mais plus uniquement dans la gestion du risque. Nous allons bien plus loin. Nous les accompagnons dans leur processus de création de valeurs par la donnée, celle qui faut, au bon moment, au bon endroit.

La seule chose qui vous échappe : c'est la conservation des données ?

Le stockage est une affaire de spécialistes. Notre parti-pris est de laisser les données chez nos clients ou dans des zones sécurisées que l'on appelle coffre-fort numérique. En tant que gestionnaire de stratégies data, nous alertons les dirigeants : « les données sont de l'or noir dont vous devez revendiquer et garder la propriété. »

Comment pratiquez-vous l'innovation chez Altares ?

L'innovation est dans notre ADN. Nous essayons d'innover par des idées simples que nous concrétisons du mieux possible. Comment ? En étant pragmatique, en déployant une énergie positive et en étant au cœur de la mutation économique de nos clients.

Disposez-vous d'un centre de recherches ?

À Nanterre, notre studio réunit des compétences pluridisciplinaires et nos locaux sont mis à disposition de tous : clients, étudiants et start-up. Nous travaillons en souplesse à partir des cas d'usage remontés par nos commerciaux. Nous sommes dans l'enrichissement mutuel et nous croyons beaucoup à l'apport de la jeunesse.

Quels exemples de solutions innovantes chez Altares ?

Nous venons de lancer notre première Fintech : Liberfi, plateforme destinée aux PME à la recherche de financement. Grâce à nos algorithmes, à nos bases de données et aux informations collectées sur le web, nous mettons en relation les candidats au financement et les financeurs, acteurs bancaires traditionnels comme affacteurs ou crowdfunders. La convergence entre ancien et nouveau monde, par la data, nous motive au quotidien.

Powerlinx est votre deuxième plateforme innovante. Que propose-t-elle ?

Powerlinx a reçu le premier prix de l'innovation au dernier salon du Big Data. C'est un mélange entre Meetic et LinkedIn pour entreprises ! C'est une plateforme qui favorise la mise en relation internationale des sociétés entre elles grâce à une intelligence sémantique et des technologies évoluées de collecte. Elle est rapide, concrète et peu coûteuse (90 euros par mois). Bref, une aide précieuse pour les PME et ETI qui veulent grossir à l'international.

Enfin votre dernière innovation dénommée RVP, que permet-elle ?

L'offre Reveal Valorize Protect est un exemple de

co-innovation en réponse à des besoins clients de plus en plus pressants. Les entreprises Lexxing Alain Bensoussan (droit des technologies et du numérique), BM&A (conseil financier), Crossing Tech (expert en technologie) et Altares (partenaire de confiance data), associent leur savoir-faire autour d'une vision commune : l'émergence d'une valeur data sous-jacente. Tous les chefs d'entreprise tournent autour de ce sujet depuis des années sans réponse satisfaisante. Grâce aux 100 ans d'expertise cumulée sur le droit des données, l'évaluation financière, l'intégration des data structurées et non structurées, les stratégies données, etc. RVP propose une réponse concrète, de bout en bout.

En quoi les profils scientifiques issus d'une école comme Polytechnique sont-ils clés dans la data economy ?

Les nouvelles technologies, les mathématiques, les statistiques, le monde digital sont de plus en plus prégnants. Dans ce monde, des profils hyper pointus venant des grandes écoles d'ingénieurs, de Polytechnique ont un rôle à jouer pour créer de la valeur.

Quel sera leur rôle ?

Les Polytechniciens sont des passeurs, des visionnaires. Ils vont pouvoir relier l'ancien monde au nouveau parce qu'ils ont des compétences spécifiques, parce qu'ils sont formés à diriger et parce qu'ils vont transformer nos organisations et fédérer nos équipes. Je suis convaincue que les Polytechniciens peuvent nous aider à réaliser cette convergence. C'est vital. ■