



Enjeux du big data dans la société française... (partie 1)

Christine Balagué

Titulaire de la Chaire réseaux sociaux

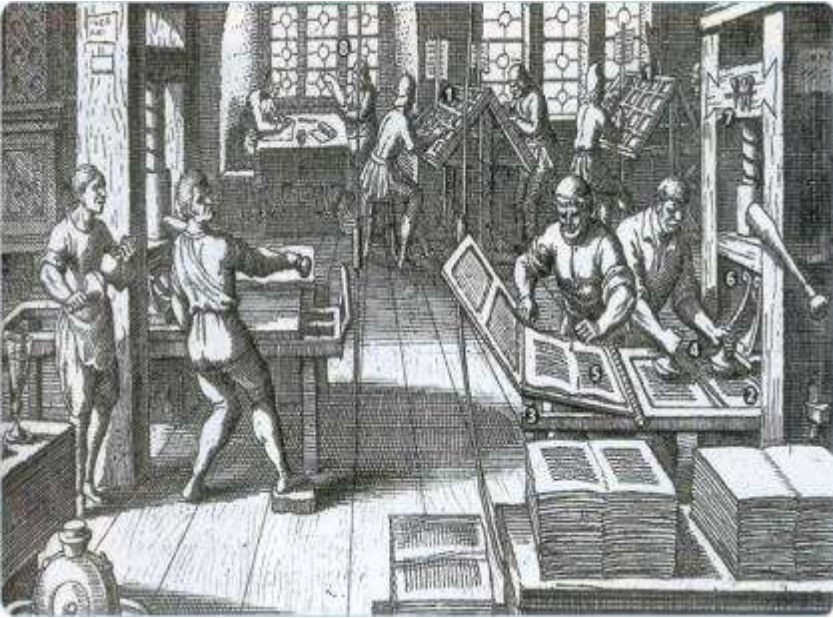
Vice-présidente du Conseil National du Numérique

christine.balague@it-sudparis.eu

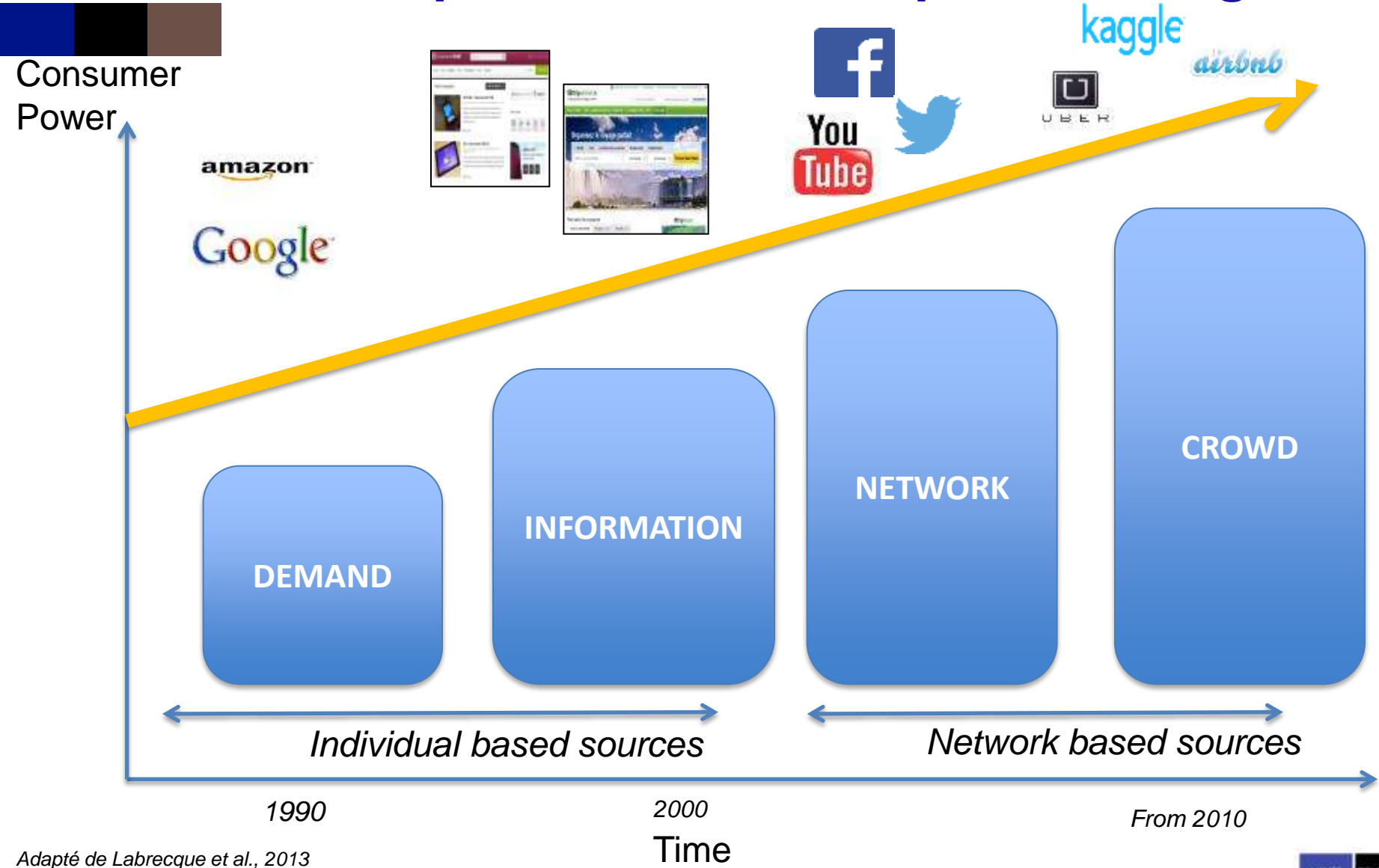


deux écoles filiales et deux partenaires stratégiques

Une approche souvent technologique de la métamorphose numérique



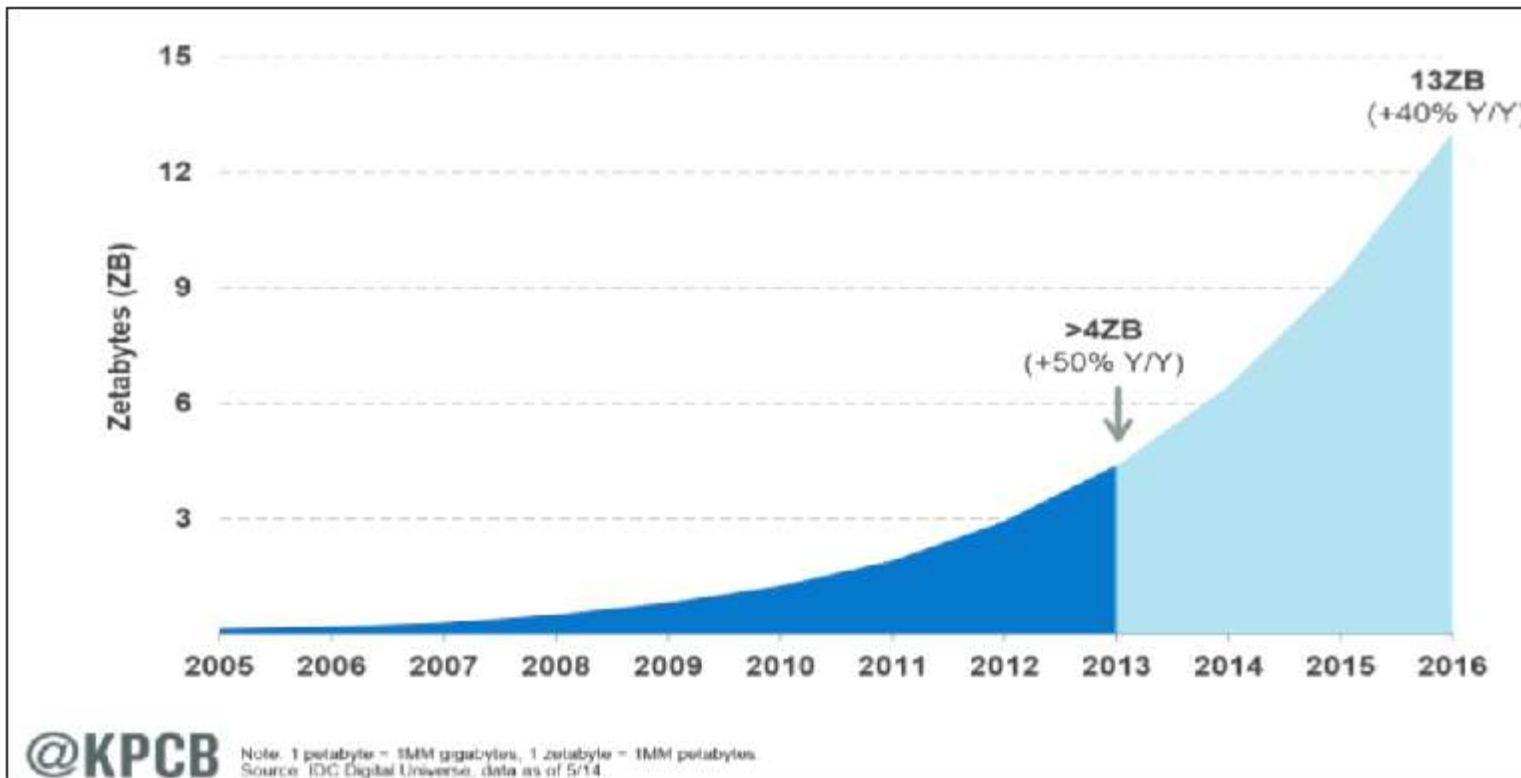
Les quatre sources du pouvoir d'agir



Adapté de Labrecque et al., 2013

L'ère du massive information sharing

2/3 du contenu digital est crée et consommé par des individus (video, text, image, social media sharing)



Du Big Data au Huge Data....

Volume

300 petabytes de données sont stockées sur Facebook, issues de plus de 1,35 milliard d'utilisateurs actifs mensuels, 3 millions de messages y sont envoyés toutes les 20 minutes

Vélocité

Vitesse d'accumulation et de génération des données

Plus de **6 milliards de vidéos** sont regardées chaque mois sur Youtube

Variété

Différents types de données : structurées, non structurées

58 millions de tweets sont écrits tous les jours ; 2,1 milliards de recherches sont faites chaque jour sur Twitter

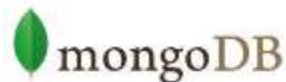
Les possesseurs de smartphone américains entre 18 et 24 ans envoient en moyenne **plus de 2000 messages** par mois et en reçoivent plus de 1800

Le **trafic IP dans le monde** va tripler d'ici les 5 prochaines années

Plus de la moitié du trafic IP viendra de **devices non PC** en 2018

Le **trafic de données mobiles** devrait être multiplié par 11 d'ici 2018

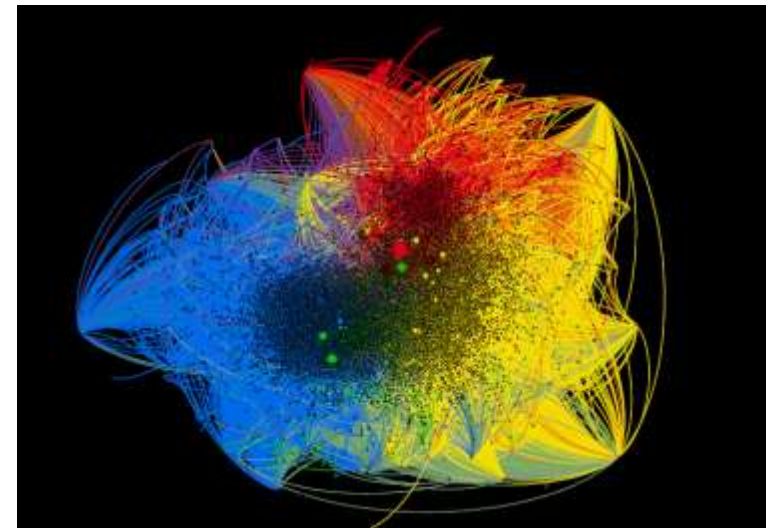
| | | | |
|---------------------|------------------|--------------|---|
| 1000 ⁸ | 10 ²⁴ | <i>Yotta</i> | Y |
| 1000 ⁷ | 10 ²¹ | <i>Zetta</i> | Z |
| 1000 ⁶ | 10 ¹⁸ | <i>Exa</i> | E |
| 1000 ⁵ | 10 ¹⁵ | <i>Péta</i> | P |
| 1000 ⁴ | 10 ¹² | <i>Téra</i> | T |
| 1000 ³ | 10 ⁹ | <i>Giga</i> | G |
| 1000 ² | 10 ⁶ | <i>Méga</i> | M |
| 1000 ¹ | 10 ³ | <i>Kilo</i> | k |
| 1000 ^{2/3} | 10 ² | <i>Hecto</i> | h |
| 1000 ^{1/3} | 10 ¹ | <i>Déca</i> | |



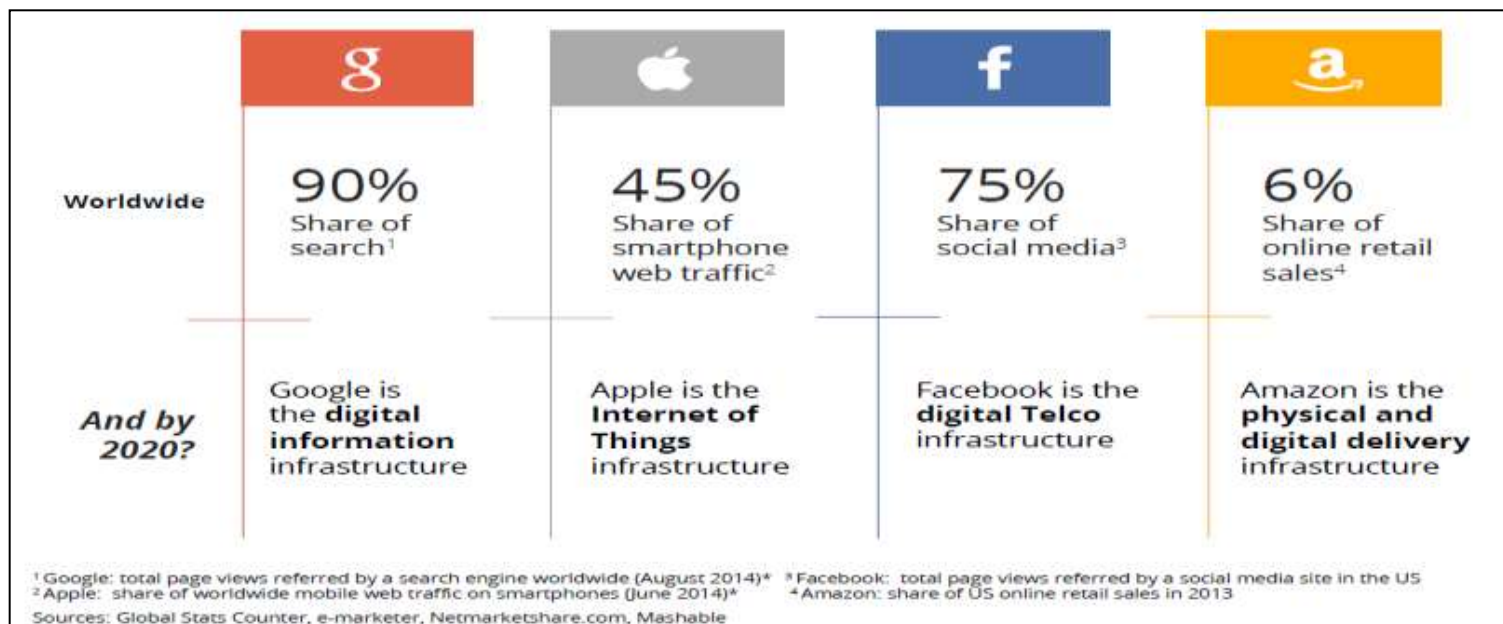
Piloter les données, une question de survie



- Collecte des données
- Agrégation de données de sources différentes
- Analyse:
 - Comprendre
 - Détecter et optimiser
 - Tracer et cibler
 - Prévoir et prédire



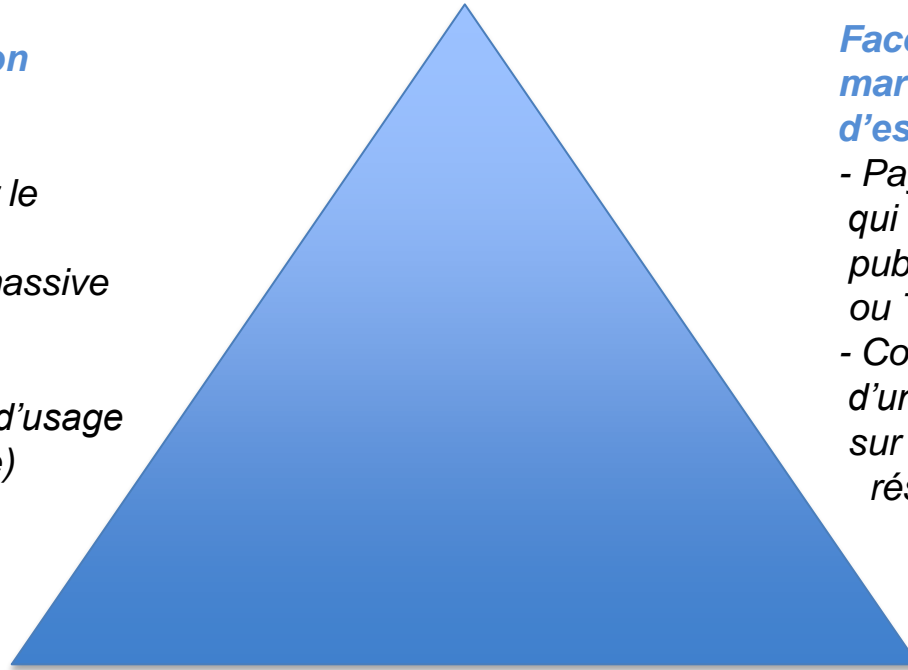
La dominance des GAFA sur les données



Un modèle de GAFA de marchés double/triple faces

Face 1:
*marché d'attraction
et de captation
d'audience*

- Gratuit pour le grand public
- Captation massive de données personnelles et de traces d'usage (ex: Timeline)































Face 2:
*marché de vente
d'espaces publicitaires*

- Payant pour les entreprises qui achètent de l'espace publicitaire (ex: Facebook ou Twitter)
- Constitution progressive d'une position dominante sur les marchés (effets de réseaux)

Face 3:
Propres services concurrents des clients
- Ex: google shopping

Des acteurs aux positions dominantes qui investissent dans de nombreux marchés

| | g | Apple | f | a |
|----------------------------|---|--|--|---|
| TELECOM & IT |  Fiber |  Apple Sim |  WhatsApp |  Cloud Drive |
| HEALTH |  Calico |  HealthKit |  Move |  Marketplace |
| RETAIL |  Shopping express |  iBeacon |  Facebook "Buy" Button |  Grocery Delivery |
| ENERGY & UTILITIES |  Smart home |  Solar Power |  Internet.org project |  Fulfillment by Amazon |
| MEDIA & ENTERTAINMENT |  Play |  iTunes Radio |  Oculus |  Gamers Video platform |
| FINANCIALS |  Wallet |  Apple Pay |  Friend-To-Friend Payment ¹ |  Payments API |
| MOBILITY, TRAVEL & LEISURE |  Car |  CarPlay |  Messenger + Uber Integration ¹ |  Media app for connected cars |

¹ Rumoured to be launched soon