

## Programme de Conférences

### Lundi 11 mars 2019

#### Grand Amphithéâtre

Animateur : Enguérand RENAULT, LE FIGARO

9h20 *Accueil des participants*

9h30 *Keynote d'ouverture*

**Les données d'intérêt général : quels enjeux pour la ville de demain**

Jean-Louis MISSIKA, Adjoint à la Maire de Paris, chargé de l'urbanisme, de l'architecture, du projet du Grand Paris, du développement économique et de l'attractivité, MAIRIE DE PARIS

10h00 *Présentation*

**10 ans de Big Data : état des lieux de son adoption par les entreprises**

Retour exclusif d'une étude BCG sur la maturité data de 600 entreprises à travers le monde

Elias BALTASSIS, Director Europe, Data & Analytics, THE BOSTON CONSULTING GROUP

10h20 *Interview*

**Réussir l'ouverture des données en toute sécurité : le défi relevé par le Ministère des Armées**

- Quel changement culturel dans l'organisation et les usages pour inciter les entités à partager leurs données

- Définir les modèles d'ouverture et d'exploitation des données à partir des cas d'usage

- Quels est la valeur ajoutée observée du partage, de l'exploitation et de la valorisation des données

Vice-amiral d'escadre Arnaud COUSTILLIÈRE, Directeur général, DGNUM, MINISTÈRE DES ARMÉES

10h40 *Pause networking*

11h10 *Table ronde*

**Profilage, fake news, fiabilité des algorithmes... quelle éthique et quel contrôle pour le Big Data et les algorithmes d'IA ?**

- Comment renforcer le rôle des femmes dans l'innovation technologique et pourquoi c'est un enjeu crucial

- Comment s'assurer que l'usage du Big Data n'augmente pas les inégalités et la discrimination

- Les clés pour engager une réflexion sur la responsabilité au sein de l'entreprise

- Redonner confiance aux citoyens : une obligation pour les entreprises et les institutions

Christine BALAGUÉ, Professeur, Titulaire Chaire Réseaux Sociaux et IoT, INSTITUT MINES-TÉLÉCOM BUSINESS SCHOOL

Caroline LAIR, Account Executive, SNIPS, Co-Fondatrice, WOMEN IN AI

Dr. Cécile WENDLING, Group Head of Foresight, AXA - Member of the High Level Expert Group on AI,  
EUROPEAN COMMISSION

11h50 *Keynote*

**L'IA et la fin de la solidarité : la nécessité d'une approche Ethic by Design**

Éric SALOBIR, Président, OPTIC TECHNOLOGY

12h10 *Keynote*

**Informatique quantique et Big Data : la prochaine révolution dans l'analyse des données ?**

Damien ROUX, Customer Engineer, GOOGLE CLOUD

12h30 *Déjeuner*

## Grand Amphithéâtre

### Parcours Retours d'expérience Marketing & BtoC

14h00

**Démarche Data Centric : comment Covéa réunit l'ensemble de la data issue de ses systèmes d'informations au sein d'un datahub et en tire profit**

- Centralisation et mise au pivot des données issues des Systèmes Legacy de trois marques du groupe (MAAF, MMA et GMF) pour faciliter la convergence et la transformation du SI de Covéa.
- Comment le datahub permet la mise à disposition de la donnée aux métiers et l'amélioration de la connaissance client : segmentation des clients, mise en lumière des profils à risques...
- Prochaines étapes : de nouveaux usages tant au niveau interne (création d'un nouveau CRM) qu'au niveau externe (détection des fraudes)

Mathieu BONELLI, Responsable Big Data et Socle des données, COVEA

14h20

**Zalando: fashion in the age of Big Data and Machine Learning**

- How do Machine learning and Data Analytics drive a relevant user experience?
- How does a multi-cloud Data Infrastructure enable world-class operations at Zalando?
- Optimizing operations: how data driven predictive analytics enable the customer to get what they want when they want

Kshitij KUMAR, VP Data infrastructure, ZALANDO

14h40

**Comment la data science et le Big Data ont permis à McDonald's de passer d'une stratégie produit à une stratégie centrée clients**

Environnement Big Data, exploitation des données transactionnelles, transformation des frameworks analytiques... comment passer de la data brute à la connaissance ?

Romain GIRARD, Directeur Business Insights, MCDONALD'S FRANCE

15h00

**Maisons du Monde optimise son marketing omni-canal grâce à l'analyse visuelle de ses Big Data**

- Attribution marketing, développement de la compréhension du merchandising, valorisation feedbacks clients... : quelle stratégie « data-driven » adopte Maisons du Monde afin d'améliorer l'expérience client ?
- Comment le déploiement de technologies scalables sur le cloud permet d'appuyer de nouvelles applications analytiques ?
- Prochaines étapes : comment tirer profit d'une meilleure connaissance client et du Big Data pour améliorer le système d'approvisionnement
- Retour sur l'organisation du pôle data de Maisons du Monde

**Karim LOUEDEC, Chief Data Officer, MAISONS DU MONDE**

15h20 *Pause*

16h00

**Comment Renault utilise le Big Data pour mesurer combien rapportent réellement ses campagnes marketing dans un contexte B2B2C ?**

- Comment mesurer quotidiennement la contribution du marketing digital dans les ventes du Groupe Renault en répondant au défi suivant : gestion de données complexes et hétérogènes provenant de plus de 25 pays
- Développement d'un algorithme d'attribution permettant d'isoler l'impact réel de chaque campagne marketing
- Retour sur les apprentissages business et sur l'impact de l'outil sur les pratiques digitales du Groupe Renault

**Laurent CROCHET, Product Owner, RENAULT**

**Pierre MARCENAC, Data engineer, SICARA**

16h20

**Comment Clarins exploite ses feedbacks clients grâce à l'analyse des sentiments et au Machine Learning pour gagner en performance**

- Comment l'analyse de verbatims/avis clients a permis le suivi de la relation client post achat et d'affiner l'analyse produit
- Retour sur la mise en place d'un guichet unique de centralisation et d'analyse des avis clients issus de différentes sources : avis web, questionnaires, interactions clients au sein des boutiques
- Volet organisationnel : mise à disposition de ces données au cœur des métiers (R&D, services clients, sales)

**Pierre ANDRIEUX, Responsable Data Science, CLARINS**

16h40

**Recommandations produits, optimisation des promotions...comment Cdiscount personnalise l'expérience client sur son site et améliore ses performances ?**

- Comment Cdiscount a pris en compte le comportement de ses 20 millions de visiteurs mensuels en s'appuyant sur les données disponibles pour développer des recommandations produits de plus en plus pertinentes

- Algorithmes et intelligence artificielle, comment l'usage du Big Data permet de personnaliser le parcours client sur le site et de booster la performance des promotions
  - L'humain au centre de l'utilisation de la donnée : retour sur l'organisation en « feature team » multi-compétences de Cdiscount pour favoriser l'agilité et l'innovation
- Simon BERTHET BONDET, Responsable Moteur de Recherche et Merchandising, CDISCOUNT

17h00

**Comment la mise en place d'une plateforme user-centric a permis à l'Occitane de mieux comprendre les comportements d'achat de ses clients**

- Comment l'Occitane a dépassé les limites de son outil décisionnel traditionnel via la création d'un datahub dans le cloud
- Pilotage omni canal et client first : augmentation du ROI d'acquisition des campagnes CRM, suivi de l'effet ROPO, prédictif et segmentation client

Gabriel GORGE, BI and Analytics Manager, L'OCCITANE

Laurent LETOURMY, CEO, YSANCE

17h20

**Comment Eram intègre les données émotionnelles des internautes au cœur de sa stratégie e-commerce**

Analyse de millions d'images, émotions couplées avec les données transactionnelles : comment l'IA et les neurosciences permettent à Eram de mieux comprendre les motivations de ses clients et d'optimiser le parcours client sur son site

François FEIJOO, CEO, ERAM

Xavier FISCHER, Chief Product Officer, DATAKALAB

## Amphithéâtre Bleu

### Parcours Expert

Animateur : José DIZ, Journaliste informatique

14h00 *Keynote d'ouverture*

**Comment choisir entre cohérence et haute disponibilité en toute connaissance de cause tout en bénéficiant de niveaux de services garantis**

Bernard OURGHANLIAN, CTO, MICROSOFT

14h20

**Retour sur la mise en place d'une plateforme Hadoop sécurisée pour héberger le datalake, les uses cases et les explorateurs d'Orange France**

- Retour sur les étapes de la construction et l'évolution du cluster Hadoop d'Orange France ; bilan et perspectives
- Sécurité et disponibilité : quels composants mis en place ?

Hervé BRUNETAUD, Responsable du Centre de compétences Datawarehouse et Hadoop, ORANGE

14h40

**A practical guide to Cloud-based systems at Big Data Scale**

Ted DUNNING, Chief application Architect, MAPR

15h00

**IoT Sensor Analytics with Apache Kafka, KSQL and Tensor Flow**

This talk shows how to leverage Kafka and KSQL in an IoT sensor analytics scenario for continuous health checks and integration with real time monitoring systems.

Kai WAEHNER, Technology Evangelist, CONFLUENT

15h20 *Pause*

16h00 *Keynote*

**Retour sur un scénario IoT et Predictive Quality**

Rémi ASTIER, Senior Solutions Architect, SAP

16h20

**Finance corporate (CIB) : La data science pour optimiser les activités de back office**

- Élaboration et déploiement d'un algorithme de prédiction dans la gestion des dossiers de crédit
- Mise en œuvre de l'algorithme et déploiement dans un environnement SparkMLlib
- Mise à disposition au travers d'une solution de data visualisation largement utilisée dans les organisations

Florian CARINGI, Coordinateur de la plateforme Hadoop de la CIB, NATIXIS

Mikael LE BARS, Data scientist NATIXIS

16h40

**Quelle place pour les outils MDM dans les environnements Big Data aujourd'hui ?**

Le développement des plateformes Big Data a provoqué une croissance exponentielle de la volumétrie des données stockées atteignant les limites techniques des outils MDM actuels. Les architectures de données doivent donc être repensées en cohérence afin d'exploiter pleinement la puissance de stockage et de calcul des plateformes Big Data.

Alors comment positionner le traitement des données de référence dans ce nouvel écosystème ?

Faut-il l'intégrer directement au cœur du datalake ? Doit-on appréhender de la même façon les différentes typologies de données de référence ?

Pascal DURY, VP Data Management, JEMS FACTORY

17h00 *Point de vue*

**Panorama des solutions Big Data & Machine Learning à utiliser (et celles à oublier)**

Avis critique sur les solutions de Big Data et d'intelligence artificielle du marché (open source ou propriétaires) avec les nouveaux frameworks à tester absolument, ceux à mettre en prod et ceux à remplacer d'urgence !

Cédric CARBONE, CTO, OGURY

## Mardi 12 mars 2019

### Grand Amphithéâtre

9h00 Accueil des participants

9h10 *Keynote d'ouverture*

Mounir MAHJoubi, Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances et du ministre de l'Action et des Comptes publics, chargé du Numérique

9h40 *Keynote*

**Prescriptive models allowed by deep learning technologies**

Matthew FRITZ, Director of Data Science, SAMSUNG

10h10 *Point de vue*

**Mes data sont à moi : pour une patrimonialité des données personnelles ?**

Gaspard KOENIG, Philosophe, Président et Fondateur du think tank, GENERATIONLIBRE

10h30 *Pause networking*

11h00 *Point de vue*

**Maturité du Big Data : comment cela se concrétise aujourd'hui au sein des entreprises ?**

- Après des investissements dans un datalake, des outils de BI, des data scientists... quelle est la réalité de la démocratisation des usages du Big Data pour les métiers ? L'interface utilisateurs est-elle à la hauteur ?

- Structure centralisée, décentralisée, intermédiaire avec un data lab... quelle est la meilleure option pour votre entreprise

- Industrialisation des cas d'usages : état des lieux

Aïssa BELAID, Lead Big Data & Analytics, ENGIE

David GIBLAS, Chief Innovation, Digital and Data Officer, MALAKOFF MÉDÉRIC

Jérémie GUEZ, Head of DataLab, BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

Cynthia TRAORÉ, Responsable DataLab, SWISS LIFE FRANCE

11h50 *Keynote*

**How TomTom has evolved from a Navigation Company to a Big Data Company**

Alain DE TAEYE, Founder of TeleAtlas, Member of the Management Board, TOMTOM

12h20 *Trophées*

**Cérémonie des Trophées de l'Innovation Big Data**

Pitch des 4 finalistes : votez pour le projet le plus innovant !

Ouvert au public

12h40 *Déjeuner*

## Grand Amphithéâtre

### Parcours Retours d'expérience Métiers & BtoB

14h00

#### **Comment Gemalto renforce l'identité en ligne à l'aide du Machine Learning**

- Expérience utilisateur : analyse automatique des documents d'identité, vérification de la véracité des informations partagées à distance, et amélioration du niveau de confiance
- Cybersécurité : conformité aux réglementations Know Your Customer (KYC), anonymisation et sécurité des données de la collecte à l'usage, en passant par les phases d'entraînement

Raphaël DE CORMIS, VP Innovation Labs, GEMALTO

14h20

#### **Audi : streaming au service de la voiture connectée**

Comment Audi capture, traite et exploite les données en continu et en temps réel du parc de véhicules afin de permettre une conduite autonome et des services pilotés par les données.

Hubert FISCHER, Program Manager IoT Backend for Vehicle Sensor Data, AUDI ELECTRONICS VENTURE

14h40

#### **Retour sur le programme Smart& Innovative Operation Perform d'Air liquide : le Big Data pour la performance économique et le développement durable**

- Comment Air Liquide améliore les performances économiques des usines du groupe réparties dans 40 pays grâce à un algorithme prescriptif
- Comment cet algorithme a évolué vers une plateforme cloud afin de répondre aux nouveaux enjeux de ces usines
- Comment utiliser cette plateforme et cet algorithme pour réduire les émissions de CO2 d'Air Liquide

Olivier RIOUX, Program Manager SIO Perform, AIR LIQUIDE

15h00

#### **Total : développer la transversalité dans la recherche d'informations en s'appuyant sur une plateforme de Cognitive Search**

- Comment valoriser la donnée textuelle non-structurée pour les différents domaines d'expertise
- Comment accompagner les nouveaux usages dans l'accès à l'information, y compris les requêtes en langage naturel
- Comment construire un dispositif fonctionnel commun améliorant l'expérience utilisateur des collaborateurs de Total

Mathilde FOURQUET, Data Squad Manager, TOTAL

15h20 *Pause*

16h00

**La donnée comme actif stratégique de Société Générale au cœur de sa transformation digitale**

- Comment assurer une large diffusion de la culture de la donnée en interne, améliorer la qualité des données du Groupe et assurer la conformité à la réglementation notamment GDPR
  - Comment Société Générale tire parti des usages du Big Data, du Machine learning ou encore des outils de datavisualisation pour répondre aux problématiques bancaires et mieux servir ses clients
- Emmanuelle PAYAN, Chief Data Officer, SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

16h20

**Comment l'approche data centric participe à la transformation digitale de Carrefour ?**

- SI data centric et temps réel : retour sur les étapes initiales du projet Phenix ; Bilan et premiers résultats
- Évolution et suite du projet : migration de l'infrastructure existante vers le cloud ; nouveaux apports et usages de la donnée
- Gouvernance : comment répondre à l'enjeu de convergence de l'ensemble des usages ? Comment mobiliser les métiers et l'IT autour de l'approche data centric afin de pleinement tirer parti de ses nouveaux apports ?

Jean-Christophe BRUN, Directeur de la plateforme Data, CARREFOUR

16h40

**Le Big Data au service d'une agriculture durable grâce au programme européen Copernicus**

- L'intelligence artificielle et les technologies temps-réel au service de pratiques agricoles durables
- Comment exploiter des données spatiales pour répondre aux enjeux liés à l'irrigation des sols et l'utilisation d'intrants.
- Le cloud public pour exploiter facilement les images issues des satellites et de capteurs terrestres, sans avoir à stocker cette importante volumétrie de données sur ses propres infrastructures.

Frédéric CLOUZEAU, Ground Segments development Manager, AIRBUS

François THIÉRTART, Cofondateur, MYEASYFARM

17h00

**STMICROelectronics : moteur de règles et Machine Learning pour la détection des failles d'exécution dans une ligne de production industrielle complexe**

- Comment STMICROelectronics traite en temps réel des volumes considérables de données industrielles et détecte les situations anormales dans la ligne de production, qu'elles soient d'origine informatique, mécanique ou humaine
- Aide au diagnostic en temps réel sur l'origine des anomalies et sur les actions correctives à engager
- Exploitation de l'expérience accumulée par les opérateurs grâce à l'utilisation d'un moteur de règles

Guillaume LEPELLETIER, Ingénieur, STMICROELECTRONICS

Thomas BAILET, CTO, HURENCE

17h20

**Ressources humaines : comment tirer parti du Big Data pour un meilleur accompagnement et une meilleure gestion des carrières ?**



- Comment la SNCF répond à l'enjeu majeur de fidélisation des talents dans un contexte d'ouverture à la concurrence en 2020
- Comment mettre la donnée et l'IA au service du Talent Management dans le but de développer une connaissance accrue des collaborateurs, élargir le champ des possibles en matière de sourcing interne et de mobilité des collaborateurs

Marc LAGRIFFOUL, Directeur Talent Management & Cadres supérieurs, SNCF MOBILITÉS

## Amphithéâtre Bleu

### Parcours Expert

Animateur : José DIZ, Journaliste informatique

14h00 *Keynote d'ouverture*

#### La place de l'Edge Computing dans le Big Data

Quelle est sa position entre l'IoT et le Cloud Computing ? Quels bénéfices pour le Big Data ?

Damien ROUX, Customer Engineer, GOOGLE CLOUD

14h20

#### Comment tirer parti de la dimension spatiale de vos données ?

Cette intervention vise à décrire l'explosion des données à composante spatiale et leur accessibilité grandissante, à parcourir les pans analytiques de l'analyse spatiale, à démontrer la valeur de l'intégration de la dimension géographique dans l'approche d'analyse de données massives

David JONGLEZ, Business development Director, ESRI

14h40 *Retour d'expérience*

#### Détection d'anomalies sur de la donnée de flux : quand les défis du Big Data rencontrent ceux du Machine Learning

Mise en place une solution de détection d'anomalies par Canal+ sur son parc d'applications de Streaming / VOD (plusieurs centaines de millions d'événements par jour)

Romarc LANCIEU, Directeur conseil, MFG LABS

Aymeric AUGUSTIN, SVP Data, CANAL+

15h00 *Retour d'expérience*

#### Le Big Data appliqué au diagnostic du cancer par spectrométrie de masse

Traitement de données extrêmement volumineuses (plusieurs milliards de mesures par image) issues de la spectrométrie de masse, une technique proche de l'imagerie médicale pour améliorer l'analyse d'échantillons biologiques et les capacités de diagnostic :

- Format de stockage de données sur HDFS
- Optimisation et parallélisation du traitement sur Spark afin d'exploiter l'ensemble des données
- Modélisation d'un algorithme de diagnostic du cancer

Fabien PAMELARD, IT Manager, IMABIOTECH

José CORRAL GALLEGO, CEO, SKAPANE

15h20 *Pause*

16h00

**Du Data Lake au Machine Learning**

- Intérêt de la création d'un Data Lake afin de constituer une base solide pour réaliser des analyses avancées, facilitant les applications de Machine Learning
- Pourquoi les analyses avancées des données collectées par les entreprises sont devenues une source essentielle de création de valeur pour celles-ci : démonstration au travers de cas d'utilisation

[Julien SIMON, Technology Evangelist, AMAZON WEB SERVICES](#)

16h20

**Stateful containers: how Kubernetes addresses Big Data challenges**

This presentation describes what changed and how it makes big data easier on Kubernetes

[Rémi FOREST, Senior Solutions Architect, MAPR](#)

16h40

**Retour sur les méthodes de gouvernance de la SNCF**

Pour multiplier les cas d'usage, la gouvernance des données doit être agile et s'intégrer au sein des projets pour apporter un réel bénéfice aux équipes. Par ailleurs, RGPD et les autres réglementations auxquelles la SNCF est soumise, imposent une définition claire des règles d'accès aux jeux de données (DataSet)

- Comment la SNCF tire de la valeur des données grâce à une gouvernance agile ?
- Défis et conduite du changement menée auprès des équipes SNCF

[Julien IRIS, Responsable Centre d'Expertise Data, SNCF](#)

17h00

**Comment Betcllic améliore la connaissance de ses utilisateurs en temps réel grâce à la datavisualisation**

- Retour sur les choix techniques du data pipeline à la restitution, qui ont permis à Betcllic d'obtenir des insights produits
- Prochaines étapes : alimentation du datalake, mise en place d'une démarche data quality

[Christofer DAUSSION, Head of Data engineering team, BETCLIC](#)

[Camille REVERDY, IT Mobile Project Manager, BETCLIC](#)