

Programme de Conférences

Lundi 11 mars 2019

Grand Amphithéâtre

9h00 *Accueil des participants*

9h10 *Keynote d'ouverture*

9h40

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

10h00 *Keynote*

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, Business Developer, 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*

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 du Centre de Solutions DataHub, 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

McDonald's : 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 aux défis suivants : 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

- 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, Data scientist, 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

17h

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

Xavier Fischer, Chief Product officer, DATAKALAB

François FEIJOO, CEO, ERAM

Amphithéâtre Bleu

Parcours Expert

14h00 *Keynote d'ouverture*

Comment choisir entre tolérance et haute disponibilité en toute connaissance de cause tout en bénéficiant de niveau 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 compétence 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, *Evangéliste technologique, CONFLUENT*

15h20 *Pause*

16h00 *Table ronde*

Cas d'usage du cloud avec le Big Data

- Datalake et applications en production : avantages et inconvénients
- Comment répondre aux enjeux de questions de propriété, confidentialité, sécurité des données, réversibilité ?

Rémi ASTIER, *Senior Solutions Architect, SAP*

16h40

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 vizualization largement utilisée dans les organisations

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

Mikael LE BARS, *Data scientist NATIXIS*

17h00

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*

17h20 *Point de vue*

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

Point de vue

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

9h30 *Keynote d'ouverture*

Prescriptive models allowed by deep learning technologies

Matthew FRITZ, Director of Data Science, SAMSUNG

9h50 *Keynote*

Le modèle des app chinoises

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 *Table ronde*

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

Jérémie GUEZ, Head of DataLab, BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

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

11h40 *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

12h00 *Keynote*

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

Raphael De Cormis, VP Innovation Labs, GEMALTO

14h20

Retour d'expérience Audi : la voiture connectée

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

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 les solutions 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

Retour d'expérience de la Société Générale

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 plus raisonnée dans le cadre du programme européen Copernicus

- Exploiter un volume conséquent de données spatiales issues d'images satellites et de capteurs pour améliorer la productivité des sols
- Utilisation d'une plateforme de cloud public permettant aux utilisateurs de la plateforme d'exploiter les données sans avoir à les stocker sur leur propre infrastructure
- Temps réel et intelligence artificielle pour optimiser les pratiques agricoles tout en limitant l'utilisation d'intrants

Gilles DREUILLES, Operation and ground segment development manager, AIRBUS

François THIÉRT, Co fondateur, MyEasyFarm

17h00

Retour d'expérience

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 MOBILITES

Amphithéâtre Bleu

Parcours Expert

14h00 *Keynote d'ouverture*

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

Damien ROUX, Expert Technique, 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).

Romaric LANCIEN, 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 GALLEGU, CEO, SKAPANE

15h20 *Pause*

16h00

Retour d'expérience 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

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

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, Evangéliste technologique, Amazon Web Services

17h

Comment Betcllic améliore la connaissance de ses utilisateurs en temps réel grâce à la datavisualisation et au traitement de plusieurs millions de données par mois

- 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