



Programme de Conférences du Grand Amphithéâtre Palais des Congrès de Paris

Lundi 9 mars 2020

9h00 Accueil des participants

9h20 Discours d'ouverture

Vers un écosystème du cloud de confiance ?

9h50 Fireside chat

Discussion about Cambridge Analytica and the future of Data Protection

Christopher WYLIE, Data Scientist et Lanceur d'alerte dans l'affaire Cambridge Analytica

10h20 Débat d'opinion

Géopolitique du Big Data : l'Europe sera-t-elle l'alternative aux modèles américains et chinois ?

Charles THIBOUT, Rédacteur en chef, FRANCE CULTURE-Chercheur Associé, IRIS

10h40 *Pause Networking*

11h10 Table ronde

Comment déployer une gouvernance des données performante et adoptée par tous

- Organisation, acculturation et plateformes intégrées : réussir la transition sur ces 3 axes
- Comment faire travailler CDO, DSI et métiers main dans la main ? Quels rôles déployer au sein de l'entreprise, avec quelles responsabilités ?

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

Chafika CHETTAOUI, PhD, Chief Data Officer, SUEZ GROUP

Christina POIRSON, Group Chief Data Officer, SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

12h00 Keynote

Comment vous préparer pour le Quantum Computing ?

Maud VINET, Quantum Hardware Program Manager, CEA LETI

12h20 Keynote

Five Principles of a modern Big Data analytics strategy

Sudhir HASBE, Director of Product Management, GOOGLE CLOUD

12h40 Déjeuner



Une zone de restauration est accessible avec votre Full Pass Conférences
Optimisez votre temps : programmez vos rencontres sur notre plateforme Connect by Corp

Parcours retours d'expérience Marketing BtoC

14h00

Comment ManoMano améliore en permanence son site internet en vue de satisfaire son visoriat grâce aux A/B tests et au Big Data

- Retour sur les best practices et les écueils à éviter dans la réalisation d'A/B tests
- Retour sur les améliorations mises en place à la suite de l'A/B testing
- Comment mesurer et interpréter ces chiffres : mise à disposition de la donnée pour les métiers et les collaborateurs

Charles GODET, Business Data Analyst, MANOMANO

14h20

Comment Sarenza optimise ses cas d'usages marketing grâce à la migration de sa plateforme data vers le cloud

- Comment réduire le time to market des données critiques lors des soldes ?
- Moteur de recommandation, pricing, détection de fraude, prévision des retours clients : retour sur les principaux cas d'usages marketing
- Comment démocratiser l'accès à la donnée : formation des métiers au sein d'une cellule Data Business, faciliter l'accès à plus de 500 datasources en Self Service pour le business et les partenaires

14h40

Comment la Société Générale optimise le parcours client de bout en bout et propose une expérience omnicanale ?

- Comment l'usage du Big Data permet de réconcilier l'ensemble des canaux au niveau client
- L'analyse comportementale : de l'identification des points de rupture à la détection des opportunités de rebonds marketing

Claire ROUFFAUD, Product Owner Big Data, SOCIETE GENERALE

Karim PERDREAU, Directeur Adjoint Data Marketing, SOCIETE GENERALE

15h00

Big Data et R&D : retour sur le déploiement d'un datalake permettant à l'Oréal d'accélérer ses efforts dans la recherche et le développement

- Traitement de plus de 50 millions de données quotidiennes à la Recherche & Innovation (R&I) de L'Oréal
- Comment la Recherche & Innovation de L'Oréal s'appuie sur un datalake gouverné en environnement Cloud pour recueillir, protéger, et partager les données de recherche depuis l'innovation produit jusqu'à l'évaluation consommateur

Philippe BELIVAY, IS Experimental Data Intelligence, L'OREAL

15h20 *Pause Networking*

16h00



Le speech analytics ou l'analyse des données vocales appliqué au service client : Comment transcrire de milliers d'appels pour offrir la meilleure expérience à ses clients

16h20

Club Med : retour sur l'implémentation d'un data lake au service d'une stratégie client 360

Club Med décryptera la mise en place de son plan de transformation data, parlant des enseignements tech & métiers

- Volet technologique : hybridation des méthodes gradient boosting, deep learning et modèles bayésiens. Retour sur le déploiement d'algorithmes qui ont permis d'identifier des patterns dans les parcours clients
- Le projet en quelques chiffres : 14 milliards de scores calculés chaque jour, +50 variables utilisées dans les modèles, 5 mois du cadrage à l'industrialisation.

Barbara VANDEPUTTE, Directrice Customer & Business Intelligence Monde, CLUB MED

16h40

Le Big Data au service de la force de vente : comment le Machine Learning et la datascience permettent à Pernod Ricard d'allier efficacité opérationnelle et optimisation des activités commerciales

- Retour sur le développement d'une application d'analyse du marché CHR (section café, hôtels et restaurants) ayant pour but d'affiner la connaissance client
- Application d'un modèle de scoring, segmentation du marché : comment permettre aux forces de vente de cibler les zones d'actions prioritaires
- Valorisation de la donnée : évolution des usages métiers grâce à la mise à disposition des informations en temps réel, identification des poches de prospection...

Romain GAUTHIER, BI & Data Solutions Manager, PERNOD RICARD

17h

Carrefour Drive : retour sur la mise en place d'un moteur permettant de suggérer aux consommateurs des produits de substitution

- Temps réel, Machine Learning, exploitation de données structurées et non structurées : comment l'usage du Big Data permet d'offrir un service personnalisé tout en améliorant les performances de ventes ; plus de 70% des propositions de substitutions acceptées
- Retour sur les cas d'usages de la substitution : supply pour report de commande, proposition de substitution en magasin en cas de rupture promo, aide au picking lors de la préparation des commandes drive.

Sylvain MARSAULT, Directeur Data Science, CARREFOUR France ; Sylvain BELLIER Vice-Président Exécutif, EPSILON FRANCE

Parcours Expert

14h00

Discours d'ouverture

Benoit DAGEVILLE, Co-fondateur & Président Produits, SNOWFLAKE

14h20

**Creating an extensible Big Data Platform – 100S of petabytes with realtime**

In his talk, Reza reflects on the challenges faced with building a reliable Big Data platform and proposes architectural solutions to scale your Big Data Platform to ingest, store, and serve 100+ PB of data with minute level latency while efficiently utilizing the hardware and meeting the security needs.

Reza SHIFTEHFAR, Engineering Manager, UBER

15h00 Présentation

Comment assurer la gouvernance des données en environnement Big Data

Roxane EDJLALI, Senior Director Product Management, MICROSTRATEGY

15h20 *Pause Networking*

16h00

Air France : stratégie Big Data dans le contexte de l'essor du cloud hybride

Nicolas FORGUES, CTO, AIR FRANCE

16h20

La Poste : Le data wrangling ou la préparation des données à portée des utilisateurs métiers

Comment la Poste Branche Service Courrier utilise le Big Data et les algorithmes de l'IA dans son SI pour transformer des données brutes OCR en données de qualité en optimisant notamment le traitement du courrier

Rachid ALILI, Chief Data Scientist, LA POSTE

16h40

“One clic Big data”, rêve ou réalité ?

Est-il vraiment possible de déployer un environnement complet d'analyse Big Data en « un clic » ? Dans cette session, nous étudierons certains cas d'usage et verrons comment le cloud peut automatiser la mise à disposition de bout en bout d'environnements adaptés. Nous découvrirons plusieurs services d'analyse et la manière de les intégrer ensemble.

Julien LEPINE, Solutions Architect, AMAZON WEB SERVICES

17h-17h20 :

La fin d'Hadoop est-elle proche ?

Cédric CARBONE, CTO, OGURY

Mardi 10 mars 2020

9h00 Accueil des participants

9h10 Keynote d'ouverture



9h30 Keynote

Le Big Data au service du bien commun : objectifs et perspectives du projet OPAL

Emmanuel LETOUZE, Chercheur associé, MIT – Directeur Exécutif, OPAL PROJECT-Directeur et Co-fondateur DATA-POP ALLIANCE

9h50 Keynote

Cybersécurité et Big Data

Vincent STRUBEL, Sous-Directeur Expertise, ANSSI

10h10 Keynote

Big Data et IA : reconstruire la confiance

Aurélie JEAN, Ph.D., Docteur en sciences et entrepreneur

10h30 *Pause Networking*

11h10 Table ronde

Analytique, Big Data, intelligence artificielle : lequel ou quelle combinaison choisir et pour quels types d'usage ?

11h50

Keynote

La 5G et ses implications dans le monde de l'entreprise, du Big Data, et de l'industrie 4.0

Présentation de use-cases

12h10 Remise de prix

Cérémonie des Trophées de l'Innovation Big Data

Pitch des 4 finalistes : venez voter pour le projet le plus innovant !

Ouvert au public

12h40 Déjeuner

Une zone de restauration est accessible avec votre Full Pass Conférences

Optimisez votre temps : programmez vos rencontres sur notre plateforme Connect by Corp

Parcours retours d'expérience Métiers BtoB

14h00

Du Machine Learning à l'IA, quels outils d'analyse permettent de réduire les risques dans les domaines de la cybersécurité et de fraude

- Comment répondre à l'augmentation des cybermenaces, des cas de fraude ?
- Comment détecter les faux positifs ? Comment éviter les fausses alertes, sources de churn, et l'endommagement de la relation client ?

14h20

How Big Data can (and can't) make the perfect match



Ketan GANGATIRKAR, Vice President of Engineering, INDEED

14h40

Monoprix & Retail 4.0 : quand le commerce de proximité devient data driven

Comment Monoprix a passé son architecture existante dans le cloud pour permettre la diffusion et l'exploitation de la donnée dans tous les départements et accélérer le développement d'innovation autour de l'expérience client omnicanale

Damien PICHOT, Directeur des Flux, MONOPRIX

15h

How Data anonymization enables Mastercard to benefit from its data in compliance with GDPR?

- How to handle new privacy laws and keep the same level of valuable analytical insights?
- Drive data utility without compromising the privacy of their customers: how anonymized data can be used to improve the performance of data models powering personalization campaigns

Caroline LOUVEAUX, Chief Privacy Officer, MASTERCARD

James HOUSE, Chief Customer Officer, TRUATA

15h20 *Pause Networking*

16h00

Comment BNP Paribas Real Estate met la donnée au service des métiers afin de faciliter ses transactions immobilières

- Cibler efficacement les avantages et inconvénients de tout projet d'acquisition immobilière grâce aux données internes et aux données issues de l'open data
- Prochaine étape : déploiement du projet dans le cadre de la stratégie Smart City et IOT

Willy SOMMAY, Head of BI & Corporate Domain, BNP Paribas Real Estate

16h20

Big Data et Maintenance Prédictive : comment Kone anticipe les pannes et améliore la satisfaction client

- Le Machine Learning et l'IOT au service de la maintenance prédictive et du monitoring : suivi de plus d'un million d'ascenseurs avec plus de 200 paramètres critiques par équipement au moyen de capteurs
- Démarche et mise en œuvre technique : du stockage et analyse dans le cloud à la mise en place de solutions d'IA pour la maintenance prédictive

Cédric DE LA CHAPELLE, Directeur commercial, KONE

Agnieszka BRUYERE, VP CLOUD & Cognitive, IBM

16h40

Comment Orange améliore la qualité de ses données clients web en temps réel

- Identifier les données erronées pour permettre aux utilisateurs métiers de bénéficier de données fiables et de qualité, quels impacts et plus-value en termes de processus et d'organisation ?
- Retour sur les principales étapes et briques technologiques mises en place : mise à disposition des données en temps réel via le cloud, algorithme d'IA non supervisé visant à détecter les anomalies
- Prochaines étapes : système de recommandation de corrections, approche de machine learning supervisé pour détecter les anomalies



Aleksander DABROWSKI, Senior Manager, QUANTMETRY ; Simon TEXIER, Product Owner Data, ORANGE

17h00

Comment tirer parti des usages Big Data : une bonne gouvernance des données pour valoriser votre patrimoine data et mobiliser les équipes

Parcours Expert

14h00 Keynote d'ouverture

Eliminating bias in the deployment of Machine Learning

Stephen BROBST, CTO TERADATA

14h40

Compagnie des Alpes : architecture et implémentation d'un datahub dans le cloud

Laurent LETOURMY, CEO, YSANCE ; Vincent BONIAKOS, Responsable Technique Digital, COMPAGNIE DES ALPES

15h00 -15h20

The Amadeus Data Platform: how to process 60% of worldwide air shopping traffic in the cloud?

-How Amadeus ported Big Data applications from Hadoop vendors based distribution to a full cloud native architecture based on micro-services and open source technologies (Kubernetes, Kafka ecosystem, Spark and Airflow)

- How to handle Big Data concepts such as ETL, batch and streaming in the cloud environment and explore some DevOps activities

-How to use sophisticated machine learning methods to anticipate any instability of the platform

Mingjie LI, Big Data Principal Engineer, AMADEUS IT GROUP

Ahmed OULABAS, Big Data Architect, AMADEUS IT GROUP

16h00

Industrie 4.0 : Usages et Solution Big Data du Groupe Faurecia

Comment le groupe Faurecia utilise les technologies Data afin de répondre aux enjeux business et accélère sa transformation digitale

Kais SOLTANE, Lead and Manager Big Data & Analytics, FAURECIA

16h20

Une seule plateforme data pour Cdiscount, c'est possible ?

Retour sur la migration de l'infrastructure Data Cdiscount vers le cloud

- Quelle architecture ? Comment dimensionner le système et estimer les coûts ?

- Quelle stratégie de migration ?

- Comment l'architecture accompagne nos nouveaux usages ?

Thomas HARRY? Head of Data, CDISCOUNT

16h40

Connectez Kafka à votre business



Dans cette intervention de Rémi Forest, Solution Engineer chez Confluent, découvrez comment les leaders mondiaux tels qu'Apple, Alphabet (Google), Microsoft, Amazon et Facebook quantifient la valorisation de leurs données. Rémi évoquera également d'autres entreprises digital natives (telles qu'Uber, Ebay, Netflix et LinkedIn), avant d'explorer des entreprises plus traditionnelles dans les secteurs du retail, de la finance et de l'automobile. La deuxième partie de cet exposé expliquera les étapes de la création d'un business case autour de l'utilisation de Kafka

Rémi FOREST, Senior Solutions Engineer, CONFLUENT

17h00

Big Data et temps réel : quelles possibilités, quels usages ?

Stockage uniquement, bursting pour le stockage, les traitements ou les deux...