

4

## Actualités

L'Association bouge !

Parcourez les dernières actualités de l'Association MSIT

2

## Mot du Président

Lisez le mot du Président pour connaître les informations clés de l'Association MSIT



8

## Interview du mois

Découvrez l'interview de Raphael Savy Ancien CESA 2017

12

## ÉVÉNEMENT

Venez découvrir le prochain événement de l'Association MSIT

Parcourez la newsletter ici!



## Chères Anciennes, Chers Anciens,



Ce sont des sentiments contrastés qui s'emparent de moi au moment où je m'adresse à vous. En effet, si je suis avant tout très honoré de la confiance qui m'a été accordée le 26 mars dernier par le Conseil d'Administration qui m'a élu Président de notre Association, enthousiasmé par les tâches qui nous attendent, tout particulièrement cette année qui verra les 20 ans du diplôme et les 15 ans de l'Association, c'est aussi avec circonspection que j'ai reçu la nouvelle du désengagement d'HEC au sein du MSIT que je vous relaie ici.

Tout d'abord, je veux remercier l'action du Conseil d'Administration précédent et de mon prédécesseur, Hervé Gbego, qui ont notamment su redynamiser notre Communication avec un nouveau nom : Alumni MSIT et un nouveau logo. Ceux qui étaient là pour la Conférence du 19 mars 2019 sur l'IA ont même pu voir un kakémono à nos nouvelles couleurs ! La relance de la Newsletter, dont celle-ci constitue le 2<sup>e</sup> numéro, est également des plus importants pour maintenir la communication entre nous.

J'en profite pour remercier toutes celles et tous ceux qui se sont investis pour que cet événement sur l'IA soit une belle réussite et en particulier Vanessa Aubry. Les inscriptions ont dû être clôturées avant la date limite car nous avons atteints 350 inscrits. La salle était comble. La soirée a été une vraie réussite avec des échanges de très grande qualité autour des problématiques plurielles que soulève l'IA dans nos entreprises et dans notre société.

Je veux bien entendu remercier à nouveau notre sponsor Gold : KPMG qui nous a si bien accueilli ainsi que nos autres sponsors : ALTERYX, société proposant des solutions d'IA, La Mutuelle Générale, 3<sup>e</sup> groupe mutualiste en France qui dispose d'un département IA et Datavaloris, qui accompagne les entreprises dans l'implémentation de leur stratégie IA.

Cet Evènement nous donne confiance dans notre capacité renouvelée à conduire des projets d'envergure et de qualité pour la communication autour du MSIT et de ses Anciens.

A cet égard, je vous annonce que nous préparons, pour juin 2019, un nouvel Evènement purement festif, celui-ci ! En effet, tel que les plus Anciens s'en souviennent, il y a 5 et 10 ans, l'Association avait fêté son anniversaire et celui du Mastère. Nous nous sommes mis en ordre de marche pour vous proposer un nouvel Evènement qui pourra tous nous réunir de manière conviviale et vous ferons prochainement des annonces. Soyez attentifs !

- Pour ce faire, votre Association dispose à mes côtés d'un nouveau Bureau composé de :
- José Alberto Rodríguez Ruiz, Vice-Président (CESA 2017 et MSIT 2018 – DPO de Cornestone),
  - Isabelle Vissuzaine, Trésorière (CESA 2017 – Consultante),
  - Vanessa Aubry, Secrétaire Générale (CESA 2017 – Consultante).

A nos côtés, de fidèles Anciens nous apportent leur concours et nous avons été rejoints par de nouveaux membres issus des promotions qui s'achève (2019) et débute (2020). Je les en remercie tous.

Nous ne serons pas de trop pour relever le challenge que constitue le départ d'HEC car l'avenir ne se prévoit pas mais il se prépare.

A ce propos, José, Frédéric Guénin (MSIT 2000) et moi-même avons rencontré les directeurs scientifiques du MSIT, Fabien Coelho (Directeur-Adjoint du Centre de Recherche en Informatique, CRI, Mines ParisTech) et Marie-Hélène Delmond (Associated Professor, HEC) le 2 avril dernier pour discuter de cette annonce, faite à la nouvelle promotion la veille.

En substance :

- Ce départ est motivé pour des motifs de repositionnement stratégique d'HEC sur le marché des Grandes Ecoles de Commerce ; en particulier à l'international,
- Il sera effectif à l'issue de la nouvelle promotion. La promotion 2020 sera donc la dernière estampillée « HEC – Mines ParisTech »,
- HEC permet à Mines ParisTech de poursuivre la formation avec un autre partenaire,
- La recherche de ce nouveau partenariat est en cours.

Après avoir (à nouveau) entendu que l'action de l'Association était très importante pour la renommée et l'image du MSIT, nous avons assuré Fabien de notre entier soutien et du fait que nous souhaitons poursuivre notre action associative vis-à-vis de tous les nouveaux étudiants qui pourraient intégrer cette nouvelle formation. A priori, elle conserverait la dénomination qui est la sienne (Mastère Spécialisé en Management Stratégique de l'Information et des Technologies), mais sous la houlette de Mines ParisTech et de son nouveau partenaire.

Nous leurs avons aussi exprimé notre souhait que l'association puisse contribuer à façonner le contenu et le positionnement du MSIT lors de cette nouvelle étape. Ce sera, pour nous, le meilleur moyen possible de demeurer aussi actifs que nous l'avons été ces 15 dernières années et pour les nouveaux étudiants, l'assurance de bénéficier, dès la première année de la nouvelle forme que prendra la formation, d'un réseau solide, dynamique, accueillant et disponible !

Ayez l'assurance, Chères Anciennes, Chers Anciens, que tout ce que nous avons cultivé et développé durant ces années est aujourd'hui une grande force que nous engagerons pour ces périodes de changement.

Anciennement vôtre,

**Philippe Lasserre,**  
**Président,**  
**(MSIT 2012, DSI Groupe Touax)**



CONFERENCE L'IA EN PRATIQUE  
ALUMNI MSIT HEC-MINES  
PARISTECH, SPONSORISE PAR KPMG

## TABLE RONDE – RETOURS D'EXPÉRIENCE AUTOUR DE L'IA



**OLIVIER COREDO**  
EDITEUR  
IT FOR BUSINESS  
(EVENTS ET PRESSE)



**JULIE CAREDDA**  
ASSOCIÉE, KPMG ADVISORY  
DATA & ANALYTICS  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE



**WILLIAM RANG**  
CONSULTANT ALTERYX  
DATA ANALYTICS



**CÉDRIC LE QUILLEC**  
LEAD DATA SCIENCE  
LA MUTUELLE GÉNÉRALE



**JEAN-PATRICE GLAFKIDÈS**  
FONDATEUR  
DATAVALORIS

## COMPTE-RENDU DE L'ÉVÉNEMENT IA CÉLÉBRÉ LE 19 MARS

*Le 19 mars 2019, nous avons organisé une conférence autour du thème de l'IA avec le soutien de nos partenaires (KPMG, IT for Business, La Mutuelle Générale, Alteryx et Datavaloris).*

Olivier Coredo, **Editeur IT For Buiness**, a animé une table ronde réunissant :  
Julie Caredda, Associée **KPMG Advisory** – Data & Analytics IA  
William Rang, Consultant **Alteryx** – Data Analytics  
Cedric Le Quillec, Lead Data Science et IA de **La Mutuelle Générale**  
Jean-Patrice Glafkidès, Fondateur de **Datavaloris**.



## Retour sur les moments forts de cette table ronde :

### OC : Quels sont les domaines dans lesquels l'Intelligence Artificielle est utilisée ?

CLQ : La Mutuelle Générale s'en sert surtout pour automatiser des processus ou pour fiabiliser des process déjà automatisés. Par exemple pour du traitement d'e-mail nous avons une IA capable de la compréhension du besoin, du ton, du degré d'urgence pour les mettre dans les bonnes files de traitement par nos services. La même chose est mise en place pour le tri du courrier postal qui est scanné. Il y a un module de reconnaissance de texte puis le traitement est identique à celui de l'e-mail.

WR : Nous aidons nos clients à prendre en main la plateforme qui permet selon les cas d'usage, de créer son IA sans code et de bout en bout. C'est-à-dire de la gestion à la mise en production des modèles en passant par la préparation de la donnée. Les premiers usages sont du ciblage client, de la maintenance prédictive, de la détection de fraude, et pour les industriels de l'optimisation des chaînes de production.

### OC : Comment se passe la mise en place d'une Intelligence Artificielle ?

*Une IA ça ne s'achète pas. Une IA ça se construit.*  
**Julie Cerrada**

JC : Bien plus qu'une tendance stratégique, il faut comprendre qu'une IA ça ne s'achète pas. Une IA ça se construit et ça prend du temps. Pour réussir un POC il faut commencer à préparer les données puis, il faut entre trois et mois d'apprentissage avant de pouvoir entrevoir s'il y aura un ROI.

CLQ : Chez nous, ce sont les métiers qui viennent nous voir maintenant avec des demandes de cas d'usage qui étaient au départ fournis par nos backlogs. On fait un POC pour s'assurer de la faisabilité technique, puis si c'est concluant on fait un pilote avant le passage en production.

**80% du temps passé l'est sur de la préparation de données ! Ça doit pouvoir être raccourci !**  
**William Rang**

WR : Souvent il y a des soucis entre les personnes qui vont coder les IA en Python ou en R et celles qui vont les exploiter recoder en java ou en PHP, c'est difficile à superviser. Le scoring en temps réel donne plus de valeur au modèle : 80% du temps passé l'est sur de la préparation de données ! Ça doit pouvoir être raccourci !

JPG : Un autre point important dans la mise en place d'une IA c'est la gouvernance du projet et ses enjeux. Que va choisir l'entreprise une solution tierce ou une IA maîtrisée de bout en bout ? Imaginons qu'elle choisisse un CRM avec IA dedans : si ses concurrents font de même, quel est son avantage concurrentiel ?

JC : Les tendances sont le process automation avec des plateformes centralisées, beaucoup de volume RPA et des centres de services partagés. Toutes les configurations sont possibles et peuvent également aboutir à un succès ou à un échec. Ce qui fera la différence entre les deux ne sera pas tant les cas d'usages stratégiques que la volonté de ne pas s'arrêter sur un échec. On peut approfondir les données en augmentant leur qualité ou en acquérant des nouvelles. Alors ça marche !

## **OC : Parlons du Retour sur Investissement des Intelligences Artificielles**

CLQ : Pour arriver à un bon ROI la première question est : est-ce que l'IA fait mieux que la solution existante ? Il faut définir des KPI à suivre dans le cas de notre classification de courrier au début, dans un cas sur deux, elle ne savait pas faire, mais aujourd'hui on est à 85% de performance.

Une fois injectée dans le processus, l'IA nous fait gagner 30% de tâches manuelles. Les collaborateurs passent ce temps gagné sur des tâches à plus haute valeur ajoutée. Une autre source de ROI difficilement quantifiable mais bien réel est la hausse de la satisfaction client, puisque nous traitons les demandes en une demi-journée de moins qu'avant.

JC : En effet, les premiers résultats d'une IA peuvent être décevants, mais là où l'humain arrive vite à plateau dans son taux d'erreur et sa vitesse de traitement, l'IA qui continue d'apprendre, finira par le dépasser. Et même si on ne gagne que 2% sur un taux d'erreur par rapport à de l'humain, à partir du moment où les volumes sont suffisamment importants, l'entreprise trouvera son ROI.

WR : Pour parler chiffres la mise en place d'un modèle sur notre plateforme est en moyenne de 250.000\$. Le temps moyen de mise en place est entre 12 à 20 semaines. Globalement 15% des modèles passeront en production.

JPG : Pour avoir un bon ROI il faut deux choses : du temps et les bonnes données. Un exemple de succès un client qui a mis en place une IA pour la prédiction des coûts des mots-clés Google. L'outil développé est plus performant que l'outil utilisé par la concurrence ce qui lui donne un avantage sur eux.

## **OC : Quels sont les craintes à l'arrivée de l'Intelligence Artificielle dans les entreprises ? Est-ce que les collaborateurs ont peur de voir leurs métiers disparaître, et d'être remplacés par une IA ?**

*En ce qui concerne la peur de voir son métier changer ou celle d'être remplacé, les Ressources Humaines ont un rôle important à jouer. Julie Carreda*

JC : Tout dépend de la sensibilité de chacun, il y a des équipes très motivées et incentivées à ajouter une IA dans leurs métiers. Au niveau des freins on voit surtout des craintes liées aux contraintes réglementaires (données RGPD). En ce qui concerne la peur de voir son métier changer ou celle d'être remplacé, les Ressources Humaines ont un rôle important à jouer. Dans les projets d'automatisation il faut expliquer la valeur ajoutée du temps gagné et valoriser les soft skills qui ne sont pas remplaçables par une IA.

*Un collaborateur assisté d'une IA devient un collaborateur augmenté. Cédric Le Quillec*

CLQ : Aujourd'hui on ne construit que des IA faibles, il n'y a pas de risque de les voir remplacer un collaborateur, elles ne font chacune qu'une tâche simple. En revanche, un collaborateur assisté d'une IA devient un collaborateur augmenté. Les connaissances du collaborateur restent précieuses.

*Même si on sauve énormément de vies grâce à l'IA, les quelques morts qui restent ne seront pas acceptables ! Jean-Patrice Glafkidès*

PG : En effet la tendance en IA est aux assistants qui donnent des informations complémentaires pour des prises de décision humaines. On rencontre encore de grandes difficultés à accepter la prise de décision par une IA seule. On le voit dans le syndrome du mort inacceptable, si tous les véhicules étaient conduits par des IA et qu'on passe de plusieurs milliers de morts par an à seulement une poignée. Même si on sauve énormément de vies grâce à l'IA, les quelques morts qui restent ne seront pas acceptables. On peut pardonner une erreur à un humain mais pas à une IA.

Compte-rendu réalisé avec Claire Chabas de  
Datavaloris et Vanessa AUBRY.

# Imaginez demain votre publicité ici

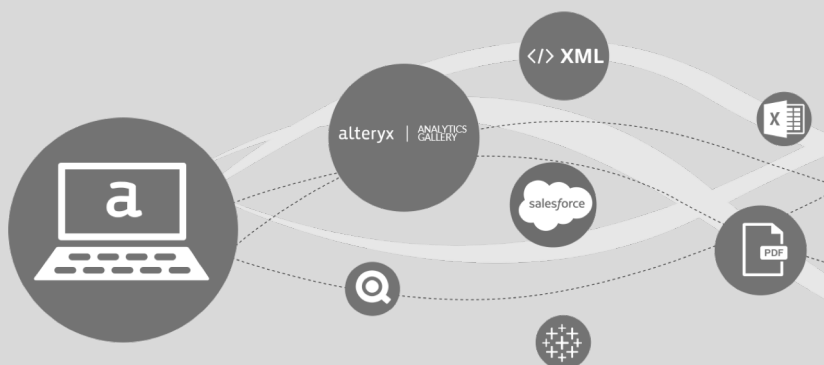
Si vous souhaitez qu'on communique des informations sur  
votre entreprise, une offre ou un événement.

Contactez-nous sur ce mail à [communication@msit.org](mailto:communication@msit.org)  
pour en savoir plus sur nos modalités.





LA PLATEFORME  
INTÉGRÉE  
D'ANALYTIQUES  
DE DONNÉES POUR  
LES ADMINS  
DE SERVICES  
FORTES



## RAPHAËL SAVY, UN GRAND PASSIONNÉ DE DATA INTELLIGENCE

### 1/ Peux-tu te présenter en quelques mots ?

**Je m'appelle Raphaël Savy, 44 ans et je suis le Directeur Europe du Sud d'Alteryx.**

En 2015, après 10 ans d'expérience dans l'industrie du logiciel (software), j'ai décidé de monter ma boîte de conseil. En parallèle, j'ai suivi une formation professionnelle à HEC pour acquérir de nouvelles compétences dans les domaines du Marketing et du Digital afin d'aider mes clients dans leurs projets de transformation digitale.

En 2017, après la validation de mon diplôme — Executive Course HEC en Pilotage de la Transformation Digitale — j'ai eu une proposition de poste chez Alteryx.

Avant de quitter mon entreprise, j'ai longuement réfléchi. Au final, je me suis dit c'était une belle opportunité de mettre en pratique toutes les connaissances acquises lors de ma formation et qu'il ne fallait pas que je passe à côté de cette offre. J'ai donc dit « oui » et j'ai accepté le challenge. J'ai rejoint l'entreprise en 2017 avec pour mission d'assurer le développement commercial et le support régional de l'ensemble des filiales présentes en Europe (France, Italie...).

## 2/ Qui est Alteryx ?

Alteryx est une société californienne qui, grâce à la science et l'analyse des données, permet aux entreprises de franchir les obstacles liés aux données. Nous leur offrons la flexibilité analytique nécessaire pour découvrir, préparer, analyser et concrétiser des modèles analytiques via une plateforme collaborative et gouvernée. Cette dernière permet ainsi de déployer et partager l'analyse à grande échelle pour des résultats approfondis.

L'analyse de données présente de nombreux bénéfices pour les entreprises. Elle permet notamment de prendre de meilleures décisions, d'identifier de nouvelles opportunités business ou encore de déceler les freins à la croissance. Cependant, sans les ressources ou la main-d'œuvre nécessaires, il peut être très difficile d'apprécier les bienfaits de cette technologie.

Alteryx Inc. propose des outils d'analyse de données mettant l'accent sur la simplicité. En effet, grâce à notre suite d'outils les entreprises peuvent plus facilement agréger des données en provenance de sources multiples et procéder à leur analyse. De plus, tous les utilisateurs peuvent analyser les informations à leur disposition afin de fournir des résultats exploitables simplement.

## 3/Qu'est-ce qui différencie Alteryx des autres éditeurs IA & Data sur le marché ?

Poussées par la recherche de la productivité et les meilleurs résultats financiers, les entreprises sont de plus en plus dans une approche « Data Driven ». Les managers veulent des tableaux de bord en temps réel de l'activité. Alteryx est la seule plateforme d'analyse de données intégrale qui s'implante rapidement pour permettre, tant aux analystes qu'aux data scientists, de résoudre leurs problèmes plus rapidement que jamais.

Alteryx se différencie sur trois points :

Une plateforme unique qui peut prendre en charge tous les logiciels. Notre solution permet de centraliser l'ensemble des informations de l'entreprise émanant de divers logiciels (PowerBI, Excel ou autres logiciels d'analyse) et d'effectuer des rapports d'analyses poussées.

Un outil simple d'utilisation et intuitif. Notre solution est moderne et simple à utiliser. Il suffit de quelques clics pour intégrer ces informations.

Notre expertise. Nos consultants bénéficient d'une forte expertise IA et Data. Ils sont formés par des experts dans le domaine pour qu'ils soient rapidement et continuellement opérationnels afin qu'ils puissent répondre à l'ensemble des problématiques IA et Data de nos clients.

## 4/Quelle est votre offre ?

La suite d'outils Alteryx comprend quatre produits différents : Alteryx Designer, Alteryx Server, Alteryx Connect, Alteryx Promote et Alteryx Datasets.

Alteryx Designer est la pierre angulaire de toute la plateforme. Elle permet aux utilisateurs de procéder à des analyses prédictives, statistiques et géographiques, du reporting ou encore la visualisation de données (Data Vizualisation). Désormais en quelques heures, contre plusieurs semaines auparavant, ils pourront obtenir des réponses plus approfondies.

Alteryx Server qui permet d'obtenir plus rapidement des résultats analytiques. Ainsi les analystes et autres utilisateurs métiers peuvent prendre les meilleures décisions en se basant sur des données. Les résultats obtenus peuvent ensuite être partagés avec les autres départements et les décisionnaires de l'entreprise.

Alteryx Connect répond à une question simple : où sont les données de l'entreprise et comment peuvent-elles être trouvées facilement ? L'outil transforme la façon dont l'entreprise organise les informations destinées à être analysées en interne. Ainsi, les collaborateurs pourront passer plus de temps à collaborer et à extraire la valeur des dites données et ce de manière simple et rapide.

Alteryx Promote permet aux équipes analytiques de déployer plus rapidement des modèles prédictifs. Ce cycle de déploiement, processus onéreux et sources d'erreur, se voit ainsi simplifié et accéléré.

Enfin, Alteryx Datasets permet d'améliorer le parcours analytique avec des données prêtes à l'emploi provenant de fournisseurs de confiance leaders du marché.

## 5/A qui s'adresse t-elle ?

L'analyse des données devient stratégique et est au cœur de la chaîne de la valeur client. Aujourd'hui, on constate que les entreprises consacrent plus de temps à collecter leurs données, qu'à les exploiter. Résultat, les conséquences sur leur CA sont significatives. Selon une étude que nous avons réalisée, l'inefficacité dans l'agrégation des données coûte près de 1,7 million de dollars par an aux entreprises américaines de plus de 100 employés. Leurs homologues européennes ne sont pas en reste avec des pertes s'élevant à plus de 1,1 million d'euros par an.

Dans une économie de plus en plus compétitive, les organisations se doivent de réduire le temps de préparation des données, afin de les interpréter plus efficacement, d'orienter leur stratégie commerciale, et in fine, d'améliorer les résultats financiers.

De nombreux géants du web l'ont compris depuis longtemps en misant sur l'analyse des données utilisateurs. Ainsi, traitées et exploitées finement, elles arbitrent les principales décisions stratégiques du groupe en termes de contenu. Utilisée à bon escient, la data offre un réel avantage compétitif. Nos clients, qui sont des entreprises de toutes tailles et de tout secteur (banque & assurance, retail, automobile...), ont compris l'importance de ce nouvel eldorado !

## **6/As-tu un exemple de retour d'expérience client à nous faire part ?**

Alteryx, accompagne JCDecaux dans sa transformation digitale. Grâce à l'outil d'Alteryx, JCDecaux peut agréger plus facilement des données issues de sources multiples afin de les analyser plus rapidement. L'objectif ? Offrir aux utilisateurs « métiers », principalement les commerciaux, des outils permettant de tirer profit des données en les plaçant au cœur de la stratégie de l'entreprise et proposer des services personnalisés aux clients.

JCDecaux a ainsi signé, en juin dernier, un partenariat avec Monoprix pour accompagner le retailer dans la mise en place d'un dispositif digital innovant en s'appuyant sur la maîtrise et l'exploitation de ses données. Grâce aux informations partagées par Monoprix et la puissance des solutions Alteryx, JCDecaux peut croiser plus de 500 millions de données. De quoi déterminer par exemple, de manière dynamique, quel est le créneau horaire le plus pertinent pour un annonceur et adapter le contenu du message selon le contexte. Ainsi, d'un magasin à l'autre, la programmation sera donc différente. Cela permet de diffuser les publicités selon les périodes d'achat des différents produits et de parler aux clients au bon moment et au plus proche de l'acte d'achat. Le tout en proposant à l'enseigne et aux marques des indicateurs fiables sur la performance des campagnes.

## **7/Comment vois-tu l'avenir de la Data et de l'IA d'ici quelques années ?**

Bien qu'il soit toujours périlleux de tenter d'imaginer le futur, c'est un exercice nécessaire pour mieux comprendre le présent, notamment dans des domaines dont l'évolution est explosive, comme celui de l'intelligence artificielle.

Les technologies d'intelligence artificielle représentent un potentiel majeur pour la recherche, le développement de nouveaux produits et services et de filières industrielles innovantes. Je me souviens avoir lu une étude où 85 % des chefs d'entreprise au niveau mondial pensent que l'intelligence artificielle va changer la manière de faire des affaires dans les cinq ans à venir. Près des deux tiers estimaient même que son impact sera plus grand encore que celui d'Internet.

D'ailleurs, selon une étude, le marché de l'intelligence artificielle (IA) devrait connaître une croissance moyenne de 54 % tous les ans d'ici 2020 et représenter quelque 46 milliards de dollars à cette date, soit l'équivalent du marché du CRM pourtant plus mature... Une réelle opportunité pour Alteryx.

L'IA aide les entreprises à gérer les risques, à prendre des décisions, à améliorer la classification des documents, à automatiser les opérations clients, etc. Cependant, les entreprises doivent en premier lieu intégrer et analyser les données. Alors seulement, l'IA sera apte à trouver des modèles puissants pour l'avenir.

Interview réalisé par Vanessa AUBRY.



# ÉVÉNEMENT: 20 ANS DU DIPLÔME & Les 15 ANS DE L'ASSOCIATION

25  
JUN  
2019



**Venez célébrer avec nous les  
20 ans du diplôme et  
les 15 ans de l'Association des  
Anciens dans un cadre  
chaleureux.**

Un mail vous sera communiqué très  
prochainement pour vous inscrire à cet  
événement.