



Gilles Babinet est le premier Président du Conseil National du Numérique, qui a pour mission d'éclairer les Pouvoirs Publics sur les enjeux de l'économie numérique et d'améliorer le dialogue entre le Gouvernement et le secteur de l'Internet. Il était invité par le Club Siparex sur le thème de « L'avenir de l'homme dans un monde ultra connecté ».

Selon vous, un des principaux apports de la révolution numérique serait la parfaite adéquation entre l'offre et la demande à l'échelle de la planète ?

Ce qui caractérise cette révolution, ce sont les gains d'opportunité permis par un coût marginal de distribution de l'information. Par exemple on a longtemps prétendu que l'expansion en Afrique reposait sur le prix des matières premières. Alors qu'ils ont considérablement chuté, l'Afrique reste néanmoins la principale zone de croissance de la planète. Pourquoi ? Tout simplement parce que l'origine de la croissance africaine repose en réalité sur l'information, en particulier sur le développement accéléré de ses réseaux de communication mobile. Dans un continent où il y a peu d'infrastructures, elles sont remplacées par de l'information. Par exemple, au Sénégal, si un pêcheur revient avec du poisson et ne le vend pas immédiatement, il va le perdre. Le réseau mobile va lui permettre de synchroniser son offre avec la demande et de trouver l'endroit où le marché lui offrira les meilleurs prix. À partir de là, il pourra appeler un camion frigorifique pour embarquer et vendre son poisson. C'est cela un gain d'opportunité.

Un autre exemple, la fabuleuse réussite de Mpesa, une application créée par Safaricom, un opérateur mobile, qui permet les micro-financements et le transfert d'argent grâce au téléphone portable. Au Kenya Mpesa est plus utilisé que le cash et serait à l'origine de 20 à 30 % de la croissance du pays. Dans le monde il y a 2,5 milliards d'individus connectés qui sont les acteurs de cette révolution et ce chiffre ne cesse de croître.

Le prolongement de cette révolution n'est-il pas celle des objets connectés ?

C'est en fait ce qu'on pourrait appeler la révolution du big data, la notion de donnée étant une révolution dans la révolution qui vous permet de conserver les informations sous leur forme originelle non structurée jusqu'au moment où vous décidez de vous

en servir. C'est ce qu'on appelle la vélocité, la capacité d'avoir des possibilités d'analyse infinies, non prédéterminées, ce qui offre des opportunités considérables.

En même temps vous pouvez rapprocher des flux de données extrêmement différents, par exemple l'émission de pollen avec l'émergence de pathologies, ce qui permet d'agir dans le futur.

Le big data pourrait donc avoir des applications considérables dans le domaine de la santé ?

Sans contestation possible. En France, on est par exemple les recordmen mondiaux de la consommation de molécules chimiques, en proportion des dépenses globales de santé, soit un coût annuel de 70 Md€. La Sécurité Sociale rembourse près de 3 200 sous environ 9 000 marques de médicaments différents. Selon l'OMS, 350 à 500 seraient suffisantes, ce qui représenterait une couverture optimale et éviterait bien des effets secondaires. Le big data permettrait de mettre en place un dossier médical personnalisé et de conserver l'historique des données de santé. La région du Grand Shanghai a mis en place une telle application, ce qui a entraîné une baisse immédiate du coût du système de santé et une augmentation de la qualité des soins qui repose notamment sur une meilleure prévention et une meilleure efficacité du diagnostic.

Vous considérez aussi que le secteur de l'agriculture pourrait largement bénéficier de cette révolution ?

En associant les données issues d'environnements divers (satellites, capteurs, etc.) il est possible de corréliser pluviométrie, taille des pousses, efficacité de tel ou tel engrais, les agriculteurs peuvent définir les besoins spécifiques des plantes. On peut aussi citer l'analyse du rayonnement infrarouge qui détermine beaucoup plus précisément et avant l'œil humain leurs besoins en eau. Un des exemples d'application de cette approche s'observe au Qatar : les Qataris vont consacrer

25 milliards de dollars à ces technologies pour parvenir à couvrir 60 % de leurs besoins agroalimentaires d'ici 2025.

Sao Paulo perdait 80 % de l'eau distribuée. Des sociétés françaises avaient estimé à 3 Md\$ le coût de la remise à niveau des canalisations. Une société israélienne, en récupérant toutes les données qui remontaient des réseaux de distribution, a été capable de dire où se trouvaient les fuites les plus importantes, avec quelques dizaines de M\$ seulement, plus de la moitié d'entre elles ont été colmatées.

Comment les entreprises peuvent-elles gérer cette transition digitale ?

Il est certain qu'il y aura des gagnants et des perdants. Parmi les grands perdants, il y a le monde de l'hôtellerie qui a vécu 2 chocs majeurs en moins de 15 ans. D'abord celui de la distribution qui lie les grands groupes hôteliers à des acteurs comme Booking.com, ensuite l'arrivée d'une société comme Airbnb, service de location et de réservation entre particuliers symbolique de la révolution digitale. Voilà des gens qui n'ont jamais construit un seul hôtel et dont la valeur en bourse est supérieure à celle d'Accor. En 7 ans Airbnb a réussi à vendre plus de nuitées que les 6 plus grands réseaux hôteliers mondiaux ! Parmi les gagnants on peut citer General Electric qui a mis en place des modèles industriels de plateformes assez proches de celles de Google qui ont permis d'accélérer les processus d'innovation et de construire des réacteurs en 4 ou 5 fois moins de temps, sans parler de l'innovation et de tous les bouleversements que le big data a entraîné dans l'organisation du travail au sein de ce groupe.

En conclusion, ce qu'il faut comprendre, c'est qu'avant tout, au-delà de l'aspect technologique c'est la façon dont on pense à la fois la vie privée et la vie professionnelle qui a changé. De ce point de vue, c'est une révolution anthropologique plus que technologique qui est en marche. ■