

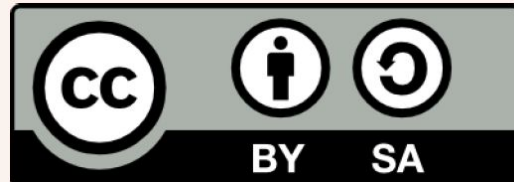
Section 7 : créer de la valeur à partir des données

Culture générale des données

Dataactivist, 2018-2019

Sources : <https://github.com/dataactivist/SPoSGL/>

Les productions de Dataactivist sont librement réutilisables selon les termes de la [licence Creative Commons 4.0 BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Plan du cours

Podcast introductif section 7

1. Les opportunités de création de valeur autour des services urbains

Ressource complémentaire : lire : [How Netflix works: the \(hugely simplified\) complex stuff that happens every time you hit Play](#)

2. La donnée pour comprendre son activité et améliorer ses services

Ressource complémentaire : lire : [Assessing the value of TfL's open data and digital partnerships](#)

3. Vendre des données : méthodes et résultats

Ressource complémentaire : lire : [Valorisation des données ouvertes : acteurs, enjeux et modèles d'affaire](#)

Podcast approfondissement section 7

Bibliographie

Introduction

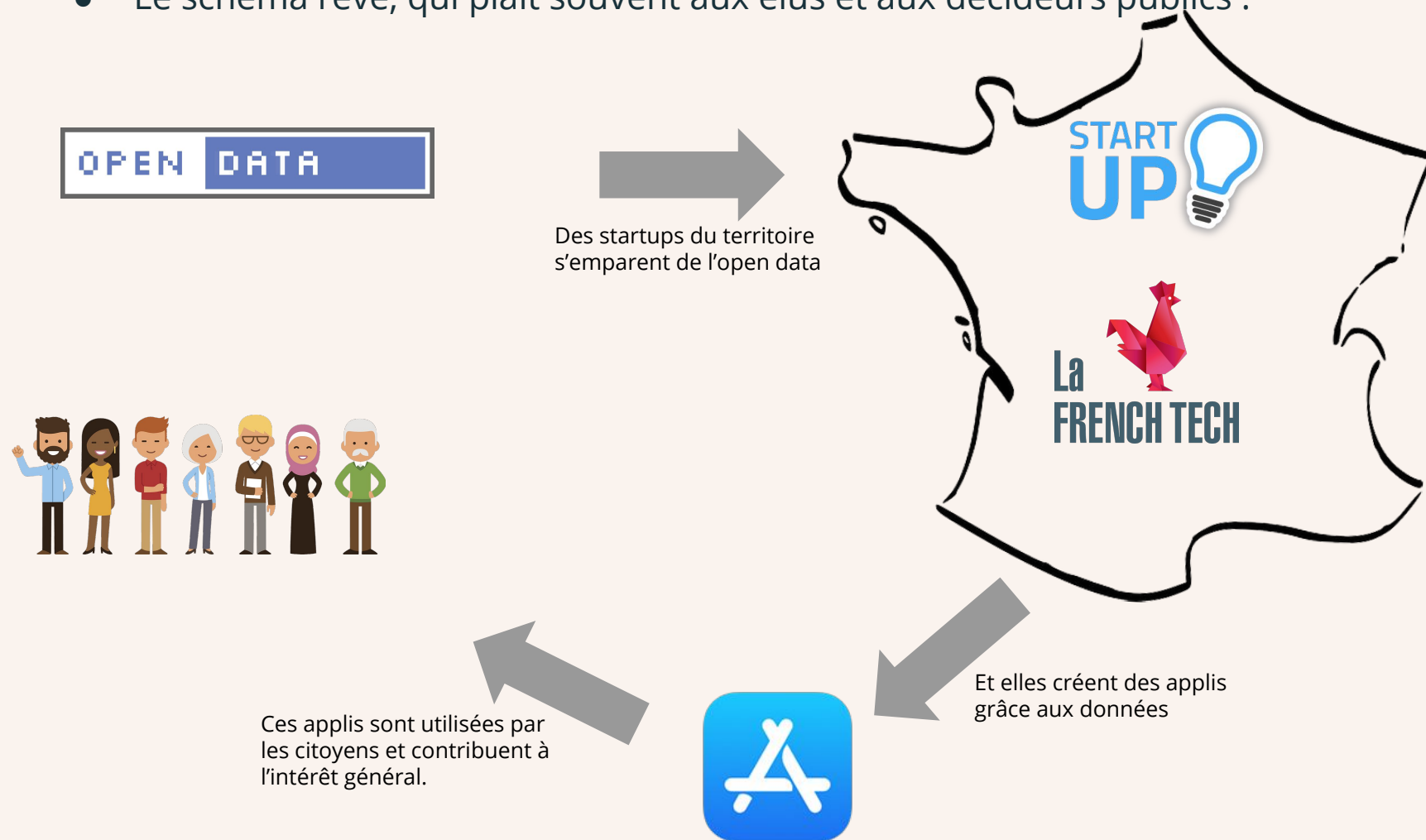
Ecoutez le **podcast introductif** de la section 7



1. Les opportunités de création de valeur autour des services urbains

Open data : ce que l'acteur public espère :

- Le schéma rêvé, qui plait souvent aux élus et aux décideurs publics :



Un jeu d'acteurs plus complexe, *"pour le meilleur et pour le pire"*.



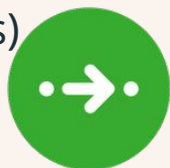
Exemple avec Google Maps :
entre « must have » pour le tourisme...
(ex : Google Transit)



... Et méfiance vis à vis d'un acteur qui
prend trop de place

Les différentes opportunités de création de valeur via le partage de données

- **Créer ou enrichir une application** : ex. Citymapper, gratuite pour acquérir un maximum d'utilisateurs, et proposer du service dans un second temps (une ligne de bus à Londres)



Citymapper



-
- **Diffuser une offre ou un service** : ex. Open Agenda et FlixBus (API ouverte avec distribution de commissions)



Les différentes **opportunités de création de valeur** via le **partage de données**

- **Inventer des échanges de données** : la licence ODbL pour enrichir les jeux de données ouverts.




- **Inventer des échanges de données** : uber movement - datacity (Airbnb) - waze



Produire des données sur les données : ce que coûtent les stratégies open data

- Rarement évaluées, les stratégies data / open data ont un coût pour l'acteur public.
- Deux cas de figure schématiques opposés : un ROI très variable

	MÉTROPOLE A	METROPOLE B
EVALUATION	S'auto-évalue et réoriente sa démarche	Ne s'évalue pas
DÉPENSE PUBLIQUE	Négociation du contrat avec la plateforme data	Peu de regard sur les coûts de mise à disposition de données
ADÉQUATION OFFRE DEMANDE	Ouvre des données selon la demande	Ouvre les données dont elle dispose, sans répondre aux demandes
SERVICES ANNEXES	SAV : joignable, correction et mise en qualité, service de mise en relation avec les agents et producteurs de données de la métropole	Développement (coûteux) d'une application qui utilise les données.
ANIMATION	Organisation et participation à des événements, présence réseaux sociaux	Peu d'animations, ou hackathons sans objectifs précis
RÉUTILISATION	Facilitez vous la ville HANDISCO	

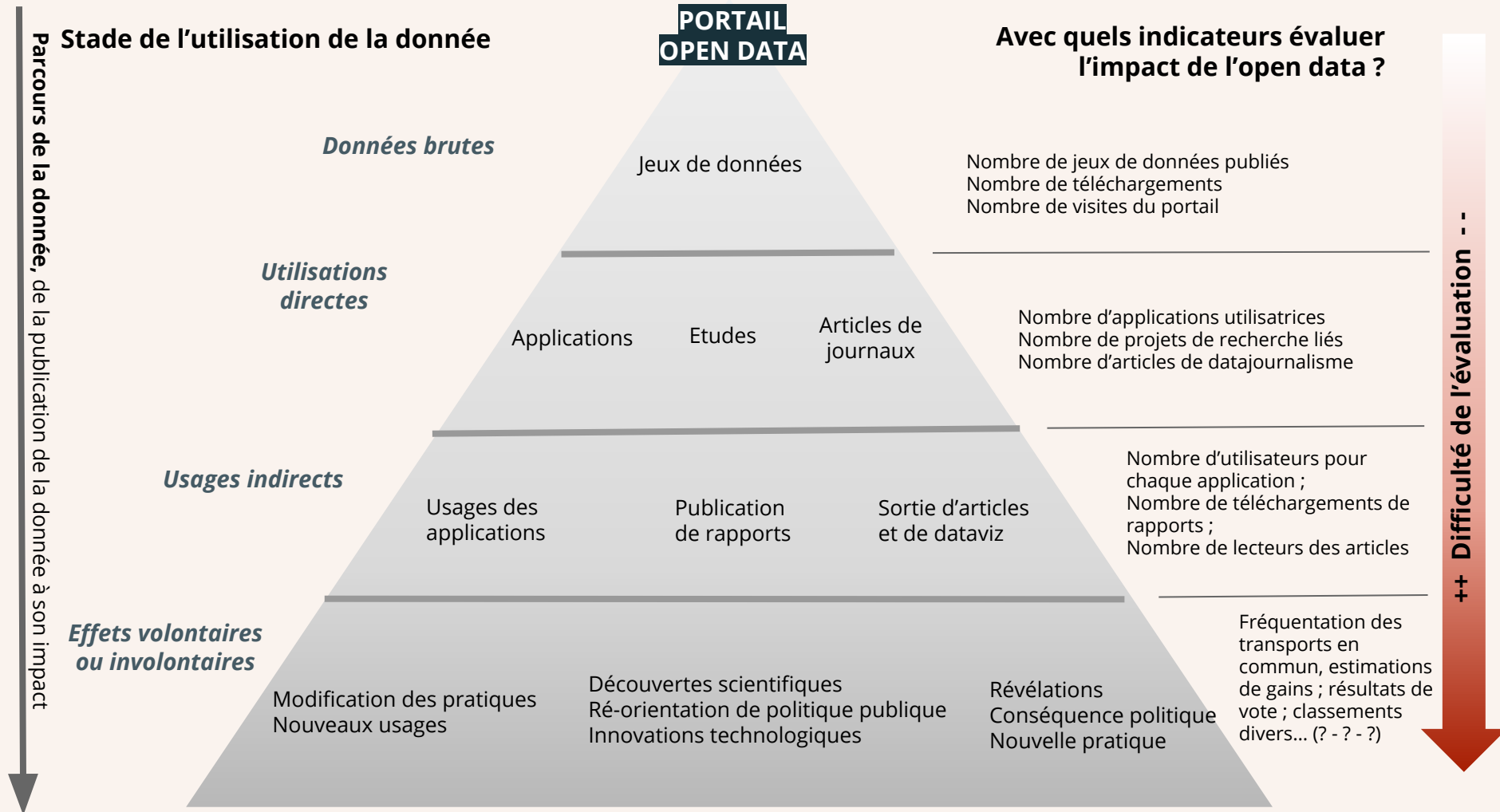
Facilitez vous la ville
HANDISCO



Citymapper

Produire des données sur les données : ce que coûtent les stratégies open data

- Rarement évaluées, les stratégies data / open data ont un coût pour l'acteur public.



Ouvrir ses données pour s'économiser du développement de service

- **Exemple de Transport Direct au Royaume Uni**, qui ferme car il n'est plus utilisé, suite à la politique d'ouverture des données.

News story

Transport Direct website closes on 30 September 2014

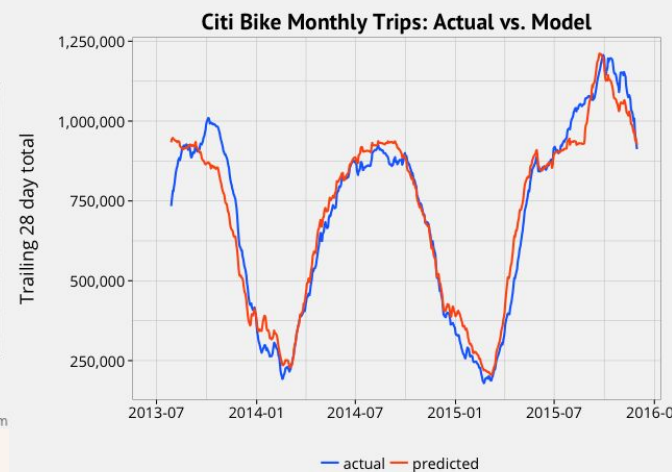
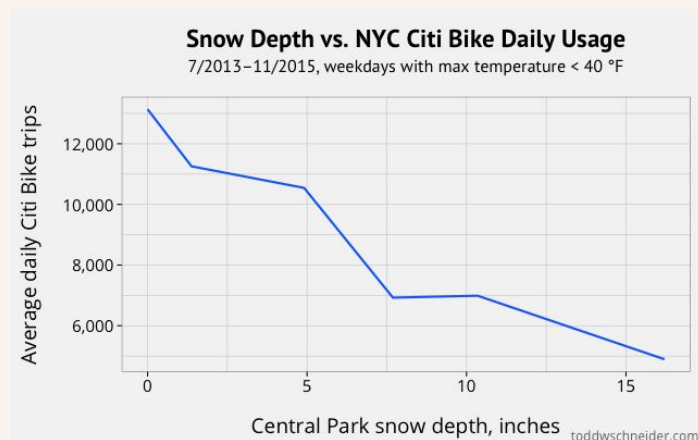
Journey planning website to close.

“Le Ministère des Transports a examiné le site Transport Direct, et a constaté que des services d'information voyageurs équivalents sont maintenant largement disponibles en ligne, à partir de plusieurs autres sources”.

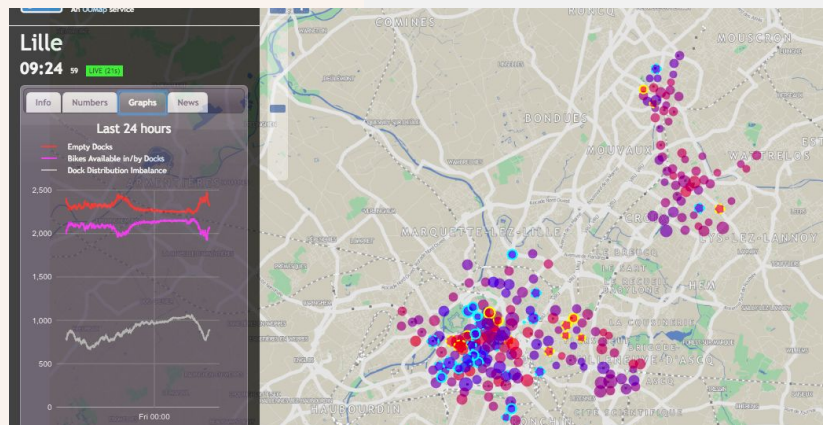
2. La donnée pour comprendre son activité et améliorer ses services

La donnée pour évaluer et adapter le service public

- Exemple à New York : Visualisations de données à partir de 22,000,000 trajets en vélos en libre service, par Todd Schneider : carte des trajets, pratique du vélo selon la hauteur de la neige, et courbe prédictif / réel



- Exemple à Lille - une animation sur 24h de l'activité de stations de vélo en libre service : ça marche dans le centre mais beaucoup moins à Roubaix - Tourcoing



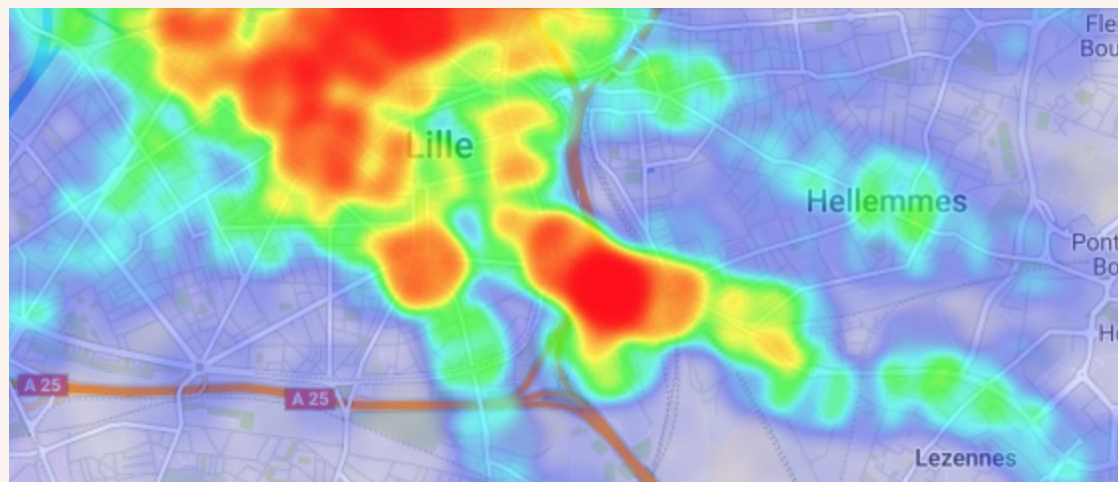
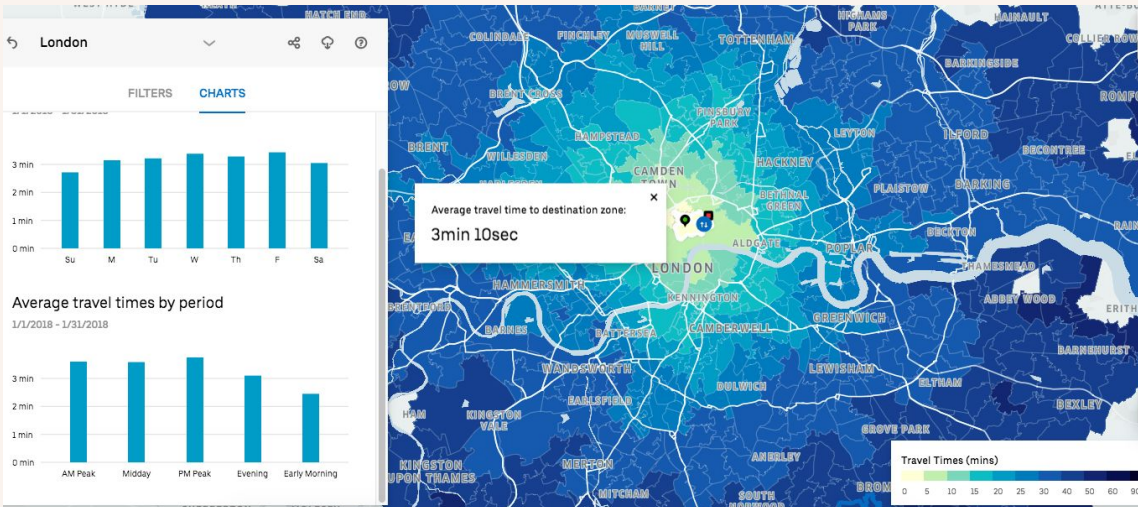
La donnée pour **implanter son activité commerciale**

- Exemple des vélos en free floating :
GoBeeBike, lors de leur installation ont archivé et analysé des mois de données sur l'utilisation des vélos en libre service -> pour s'installer là où les habitants font du vélo.

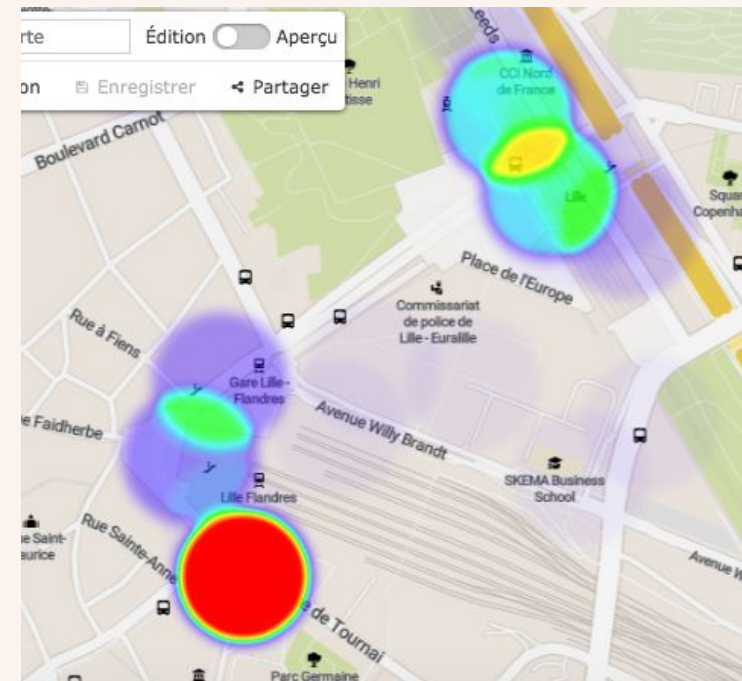


La donnée pour comprendre les nouvelles mobilités

- Points de rencontre Uber



- Lieux de covoiturage



nouveaux flux de vélos :
comprendre où il faut des équipements

La donnée pour **gérer plus efficacement** un **réseau de transports**

Le cas de Transport for London



- **Pas de frais d'investissements** dans une application d'itinéraires : un point central
- **Pas de frais de campagne** sur ces applications
- Données enregistrées depuis 1971, **excellente connaissance des mobilités des londoniens**
- La qualité des données temps réel a permis d'envoyer **moins d'alertes SMS aux usagers : £ 3M économisés par an**
- L'amélioration de la lisibilité de l'offre du réseau TfL a permis de **générer plus de trajets = £ 20M de bénéfices par an**



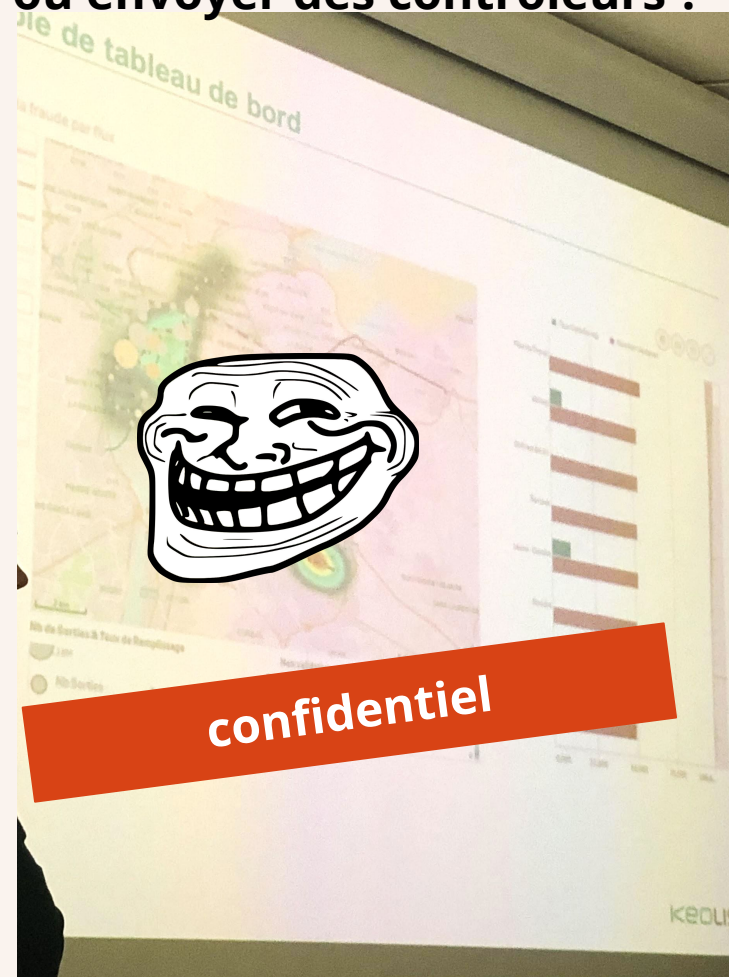
£ 130 000 000 de valeur créée chaque année grâce aux données de TfL ([étude Deloitte](#))

La donnée pour **détecter la fraude**

Le cas de Keolis Lyon

- Pertes de 10 millions d'euros par an
- 200 agents dédiés au contrôle
- Outil Dataviz : un dashboard avec :
 - entrées et sorties (validations)
 - différentiel comparé à la fréquentation
 - cartographie des fraudes
 - remplissage et fréquentation temps réel
- Données à croiser avec :
 - la météo (fraude plus élevée lors de fortes averses : on prend le bus pour une station)
 - période de l'année
 - événements

Carte de la fraude à Lyon =
où envoyer des contrôleurs ?



3. Vendre des données : méthodes et résultats

Une collectivité qui vend ses données : le cas du Grand Lyon

- Licence associée : objectifs et résultats

	 LICENCE OUVERTE	 LICENCE ENGAGÉE	 LICENCE ASSOCIÉE
Utilisation commerciale de données			
Mention de la source et de la date de mise à jour			
Déclaration sur l'usage de la donnée			
Authentification nécessaire avant téléchargement			
Possibilité d'une redevance			

Licence associée : une licence unique en France, soumise à redevance.

Jugée non conforme à la Loi pour une République Numérique, ne rapporte pas de véritables recettes, et basée sur un calcul de redevance selon l'utilisateur, qui n'est pas perçu comme suffisamment clair.

Une entreprise publique qui vend ses données : le cas de SNCF

- Vendre des données... mais pas directement pour l'argent



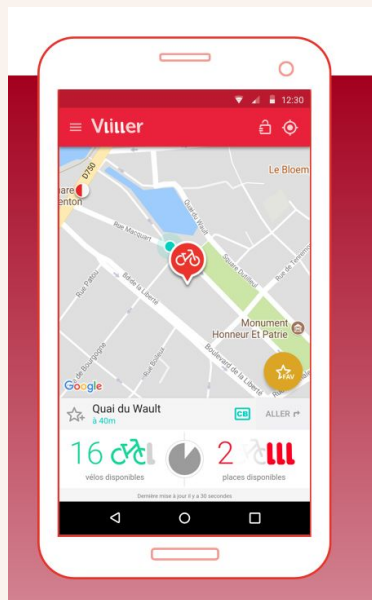
La redevance sur l'API SNCF est davantage pensée pour empêcher les géants du numérique de rediffuser des données que pour générer des recettes directes.

Les modèles possibles de vente de donnée (hors données personnelles)

- **La donnée brute seule a peu de valeur** : les nombreuses promesses du big data vs des données non structurées, pas interopérables, de faible qualité...
- **Une donnée est invendable** s'il est possible de la trouver ailleurs ou de les reconstituer soi-même.
- **Besoin de services autour de la donnée** :
 - compétences et métiers (data analysts, data scientists, CDO...)
 - Recherche de données et qualification
 - Mise en qualité de données
 - Garanties, (sécurité, qualité, mise à jour, continuité)
 - = service de régie, conciergerie, ingénierie...

Les modèles possibles de vente de donnée (hors données personnelles)

- **La valeur d'une donnée est fixé en fonction de la valeur de son utilisation :**
Exemple : des développeurs indépendants développent des apps gratuites pour communiquer (apps vitrines)



Les modèles possibles de vente de donnée (hors données personnelles)

- Vendre des services **autour de la donnée** : les plateformes

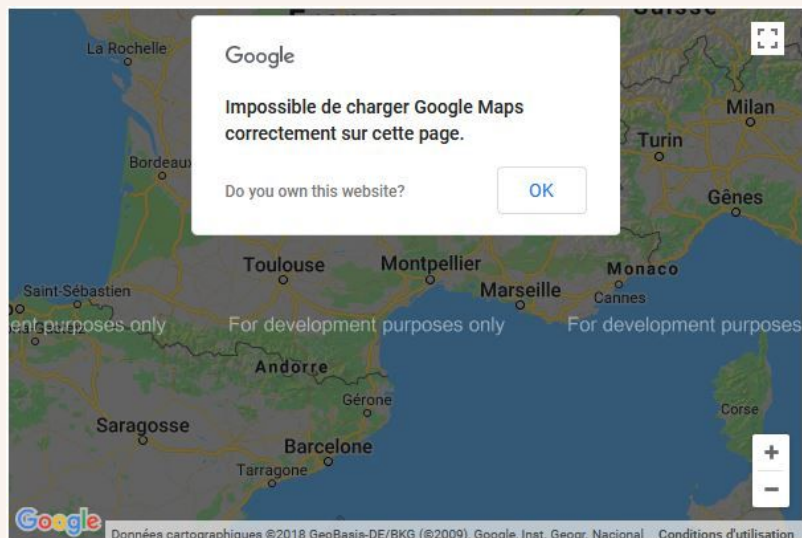


La valeur autour des données se situe aussi chez les outils / plateformes dédiées à leur traitement : services de conciergerie, de publication et partage, ou de traitement et diffusion.

Les modèles possibles de vente de donnée (hors données personnelles)

- Rendre une donnée unique et nécessaire pour pouvoir la vendre ensuite.

Exemple de l'API Google Maps



- **Nécessité des contre-pouvoirs**

Lorsque Google Maps augmente ses prix, les cartes google affichées sur les sites (boutiques par exemple) deviennent indisponibles. Des contre-pouvoirs, comme OpenStreetMap (collaboratifs, libres et gratuits), sont plus que nécessaires pour proposer des services de manière pérenne.

Introduction

Ecoutez le **podcast d'approfondissement** de la section 7



Bibliographie

Bibliographie

- S. CHIGNARD, L.-D. BENYAYER (2015) *Datanomics*
- CBINSIGHTS, (2018), [How Uber makes money](#),
- S. CHIGNARD, (2017), [J'ai testé les données ouvertes d'Uber et Airbnb en France](#)
- S TURKI, M FOULONNEAU (2016), [Valorisation des données ouvertes : acteurs, enjeux et modèles d'affaire](#)
- DELOITTE (2016), [Assessing the value of TfL's open data and digital partnerships](#)

Quizz section 7 : rdv sur votre espace e-campus !

Merci !

Contact : timothee@dataactivi.st