



## CULTURE NUMÉRIQUE

# Vers le big bang culturel?

Du 21 au 23 novembre, le **Forum** d'Avignon planche sur la révolution des Big Data. L'or noir numérique du XXI<sup>e</sup> siècle ?

PAR THOMAS MAHLER

Un soir, l'envie vous prend d'acheter sur Amazon le nouvel album d'Eminem. Puis vous allez sur Facebook commenter l'émission « The Voice », avant d'admirer « La nuit étoilée » de Van Gogh dans le musée virtuel de Google Art Project. Sans même vous en rendre compte, vous venez d'alimenter un mastodonte nommé Big Data, cette masse de données personnelles qui fourmille sur le Web. Les chiffres de l'étude du cabinet EY pour le forum d'Avignon, qui fait du Big Data un des thèmes phares de son édition 2013 (voir ci-dessous), donnent le vertige. En vingt-quatre heures, 4,5 milliards de recherches sont effectuées sur Google, 104 000 heures de vidéos mises en ligne sur YouTube, 400 millions de tweets postés et 2,5 trillions d'octets de données générées. Une montagne de traces numériques et une mine d'or pour qui sait traiter ces informations. « Les données sont précieuses parce qu'elles permettent d'analyser très précisément les comportements et les besoins des consommateurs, décrypte Séverin Naudet, ex-Monsieur Internet de Matignon et aujourd'hui président de Socialyse, filiale d'Havas. Un très grand nombre de ces données sont des données culturelles : partage et recommandation de musique, de films... L'arrivée des données "sociales" accroît encore leur valeur par leur hétérogénéité, leur volume et leur précision. »

Vos goûts, vos engouements sont aujourd'hui indispensables à Google ou Amazon, qui peuvent optimiser leurs services à destination des utilisateurs, mais aussi des annonceurs. « Le modèle économique d'Amazon est fondé

### Les « pouvoirs de la culture » à Avignon

Le 6<sup>e</sup> Forum d'Avignon, du 21 au 23 novembre, aura pour thème « Les pouvoirs de la culture ». Ce laboratoire d'idées planétaire, auquel s'associe *Le Point*, réunira artistes, industriels, responsables politiques ou philosophes qui évoqueront la place de la culture au sein de l'Europe et

les mutations technologiques symbolisées par la révolution du Big Data. A l'heure des disettes budgétaires, des investissements des pays du Moyen Orient ou de la proposition d'une zone de libre échange entre les Etats Unis et le Vieux Continent, la manifestation entend ainsi rappeler une vérité essentielle : pas de politique sans culture.

[www.forum-avignon.org](http://www.forum-avignon.org)





**Traces.** Les serveurs de Google, une mine de données.

sur l'analyse des données: "Vous avez aimé, vous aimerez." Tout comme Apple, leader incontesté d'achat de produit culturel», poursuit Séverin Naudet. Conséquence: « La publication de messages, de publicités instantanées, presque personnalisées, grâce au traitement des données ont un impact puissant et immédiat sur les comportements et les modes de consommation. » Les algorithmes sont-ils devenus plus prescripteurs que les critiques? TF1 et Canal+ viennent en tout cas de signer un accord avec Facebook, sachant que la moitié des commentaires sur la télévision se retrouvent sur ce réseau social...

La plate-forme Netflix, fournisseuse de vidéos en ligne, est celle qui illustre le mieux cette révolution. Avec près de 40 millions d'abonnés, elle génère aux heures de pointe un tiers du trafic Internet en Amérique du Nord. La clé du succès? Netflix connaît tout des préférences de ses clients: les films qu'ils abandonnent, les scènes qu'ils se repassent en boucle, celles qu'ils regardent en accéléré... 75 % de ses utilisateurs disent ainsi suivre ses recommandations. Mais cette maîtrise des données ne s'arrête pas là. Créatrice en 2013 des séries à succès « House of Cards » et « Orange Is the New Black », Netflix possède aussi un énorme avantage par rapport aux chaînes de télévision traditionnelles pour prédire la réception de ses fictions. De là à imaginer qu'on puisse avoir droit un jour à un film sur mesure, où le dosage entre romance, violence ou comédie correspondrait aux goûts exacts du consommateur...

Auteurs d'« Humain » (Flammarion), enquête sur ces révolutions qui changent nos vies, la journaliste Monique Atlan et le philosophe Roger-Pol Droit observent le « big data bang » culturel avec plus de méfiance. « Le paradoxe, c'est qu'Internet favorise l'autonomie, permettant sans arrêt de glisser d'une idée à l'autre. Mais la récupération marchande va annuler ça, parce que le parcours tout d'un coup devient balisé, fléché. Vous aimez Stan Getz, on va vous faire découvrir Wayne Shorter, mais personne ne vous proposera Monteverdi. Alors que la vraie jouissance est celle de l'inconnu. Cela aide bien la consommation, mais pas forcément la culture. » ■