

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Dernière étape de la troisième révolution industrielle, au moins aussi importante qu'internet en son temps, le Big Data est sans aucun doute une source de bouleversement profond de la société et par conséquent du monde automobile et de tous ses acteurs, constructeurs, équipementiers, start-up, sociétés d'ingénierie, sociétés informatiques, laboratoires de recherche mais aussi écoles et universités.

Le Big Data est devenu un moyen capable de révolutionner du jour au lendemain les services et offres de produits automobiles, en associant les techniques de l'intelligence artificielle, de l'informatique avec l'analyse de données pour traiter des données massives et hétérogènes.

La voiture va se transformer en un service numérique comme un autre, reposant sur la création et l'utilisation permanente de données.

Les applications s'accélèrent donc et bousculent le commerce aussi bien que l'ingénierie. Le champ du Big Data est large : prédiction des comportements des clients pour personnaliser les offres, analyse de leur verbatim pour caractériser leur satisfaction, prévision des pannes et optimisation de la maintenance, synthèse de données massives issues de mesures, de simulations numériques, de véhicules connectés, prévision des ventes, etc.

On estime aujourd'hui que l'ensemble des dépenses consacrées au Big data, dans les budgets IT des grandes entreprises, devrait représenter plus d'un quart du budget total IT dans les prochaines années.

A l'heure des révolutions des véhicules autonomes et des véhicules connectés, des questions de cyber sécurité et d'évolution des services, le Big Data est donc l'un des enjeux majeurs de l'amont à l'aval de nos entreprises.

C'est la raison pour laquelle les grandes écoles proposent déjà des formations dans le Big Data où la pédagogie doit accorder une large part à des études de cas et retours d'expérience.

Le Big Data fait appel à des compétences et des organisations nouvelles pour développer différemment les véhicules et les services associés. Son essor nécessite de s'adapter très vite pour répondre aux questions suivantes :

- Comment s'y prendre pour mener une application Big Data ?
- Quelles méthodes et quelles compétences maîtriser ?
- Comment intégrer ces nouvelles compétences dans les entreprises du secteur automobile ?
- Comment manager des relations win-win avec les nouveaux acteurs qui émergent : les start-ups, assurances, sociétés GAFAs et autres acteurs de la révolution digitale?

La Journée d'Etude « SIA Big Data : applications et conditions de réussite pour l'automobile » a pour ambition d'éclairer les questions précitées.

Trois sections techniques de la SIA se sont associées pour organiser cette journée : la Section « Simulation et Méthodes Associées », la Section « Electronique Embarquée et Systèmes », la Section « Qualité et Fiabilité ».

COMITE D'ORGANISATION

PAUL SCHIMMERLING - SIA

FABRICE BLASENHAEUER - VALEO

JOCHEN LANGHEIM - STMICROELECTRONICS

KEOMANY BOUVARD - VOLVO GROUP

ERIC LANDEL - RENAULT

EMMANUEL CHAMBAUD - GROUPE PSA

SÉBASTIEN POPINEAU - HUTCHINSON

JEAN-PHILIPPE DEHAENE - VECTOR

MATHIEU SARRAZIN - RENAULT

LOUIS-CLAUDE VRIGNAUD - CONTINENTAL

SPONSORING & PUBLICITE

Exposition > 2 000 € HT

- Stand tout équipé de 6 m²
- 2 badges d'accès à la conférence

Sponsoring > 4 000 € HT

- Stand tout équipé de 6 m²
- 4 badges d'accès à la conférence

Votre logo sur nos supports de communication (programme, site Internet SIA, signalétique).

Insertion de votre brochure / goodies dans le sac du participant.

Publicité :

- Votre bannière sur toutes nos campagnes emailing > 600 € HT
- 1 page de publicité dans le recueil de conférences > 850 € HT
- 1/2 page de publicité dans le recueil de conférences > 500 € HT
- Votre brochure/goodies dans le sac du participant > 1 000 € HT
- Cordons > 600 € HT

