

Internet recrute les boss des maths

Surdiplômés, les *data-miners* ou fouilleurs de données jonglent avec l'algèbre et vos pseudos pour adapter la pub à vos goûts.

Ces as des maths font parler vos données pour deviner votre marque de baskets préférée. C'est malin. Et surtout, ça peut rapporter gros pour les e-commerçants. « **Je suis un pur mathématicien** », explique David Bessis, un chercheur de 40 ans, normand. Ses spécialités : « **L'algèbre, la géométrie et la topologie** ». Après une dizaine d'années de recherche à l'université de Yale et au CNRS, il a cofondé TinyClues, une start-up qui « **cherche de petits indices dans de grandes masses de données** ». Pour de grands noms du commerce en ligne.

En décortiquant vos pseudos, vos achats parmi des milliers de paramètres, on apprend que votre prénom en dit beaucoup sur votre âge et le milieu dont vous êtes issu. La moindre seconde pendant laquelle votre souris s'attarde sur une page est disséquée pour choisir quelle publicité vous envoyer. « **C'est très subtil culturellement [...] avec des bases de données regroupant plus**

de 10 % de la population française, on dépasse les préjugés », explique David Bessis.

Avec l'essor du e-commerce, le métier est devenu stratégique. Mais les *data-miners* ne courent pas les rues. CDiscount recrute des statisticiens. Priceminister aussi, pour sa base de données cumulant 15 millions de clients. « **Trouver la perle rare, ce n'est pas évident** », admet Pierre Kosciusko-Morizet, son patron et fondateur. « **C'est un marché très tendu et tout le monde s'arrache les meilleurs** ». Du coup, les salaires peuvent grimper à 100 000 € annuels et culminer entre 250 000 à 500 000 € pour les as des as. Des chiffres astronomiques loin d'affoler ces boss des mathématiques, « **tournés aussi vers l'assurance, la finance, ou la santé publique, consommatrices de données** », explique Stéphane Tufféry, professeur à l'ENSAI et à Rennes-I, dont « **100 % des élèves trouvent un travail rapidement** ».