

Pourquoi le métier de statisticien sera le plus « sexy » de la décennie 2010

La Toile et les moteurs de recherche sont d'extraordinaires pourvoyeurs d'informations et de statistiques. Le tout est de savoir s'en servir.

Libres échanges



Jean-Pierre Robin

Les Bourses et spécialement Wall Street sont rythmées par la publication des indicateurs économiques de fréquence mensuelle. Ce rituel va-t-il disparaître lorsque ces mêmes chiffres seront renouvelés quotidiennement ? Ainsi Google a-t-il développé un indice des prix, le Google Price Index, dont l'intitulé est calqué sur le Consumer Price Index américain. Saut que le GPI sera établi chaque jour, alors que le CPI est calculé par le Bureau of Labor Statistics mensuellement et connu avec quinze jours de retard.

Le GPI reste encore dans sa phase expérimentale, a expliqué la semaine dernière Hal Varian, le chef économiste de Google, à la conférence de la National Association of Business Economists à Denver. La méthode repose sur la collecte des prix des produits achetés en ligne. Certes la gamme en est moins large que celle « du panier de la ménagère » dans le monde réel. Les dépenses liées au logement y sont moins bien représentées. Elles ne couvrent que 18 % de l'indice Google au lieu de 40 % pour le Bureau du travail américain. Avec un sens consommé de la publicité, Hal Varian a déclaré malgré tout que le GPI exprimait « une tendance déflationniste très nette » depuis Noël dernier. Un avis particulièrement sensible à un moment où le spectre de la déflation ténante les esprits.

Spécialiste mondialement reconnu pour ses travaux sur les réseaux, longtemps professeur à l'université Berkeley en Californie, Hal Varian est entré en 2002 chez Google comme chef économiste. Il est devenu l'invité vedette des

congrès où il ne se lasse pas de répéter « que le job sexy (sic) des dix prochaines années sera celui de statisticien ». Avec son parc d'un million de serveurs, un budget de recherche et d'investissement de 3,1 milliards de dollars (en 2009), le moteur de recherche le plus puissant de la planète a pour mission « d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible ». Ces termes figurent dans sa note de présentation.

Selon Hal Varian, le chef économiste de Google, les statisticiens vont désormais pouvoir décrire l'économie en temps réel au lieu de la regarder dans le rétroviseur

La révolution que prophétise Hal Varian est simple et radicale : les statisticiens vont désormais pouvoir décrire l'économie en temps réel au lieu de la regarder dans le rétroviseur. « Prévoir le présent », tel est son mantra. « Par exemple, s'il y a une rumeur de licenciements, les gens vont chercher à s'informer (via Internet) sur la situation du marché du travail et sur l'adresse de l'agence locale pour l'emploi. Il n'est pas étonnant que le taux de chômage soit corrélié avec ces demandes de renseignements des particuliers », expliquait-il le 4 août dernier devant le Congrès mondial des statistiques de Vancouver. De même est-il possible de connaître à la seconde la diffusion d'une épidémie de grippe en observant le nombre de recherches d'information sur la Toile. Du moins existe-t-il une corrélation entre les deux phénomènes.

Les experts ont de tout temps cherché à établir de telles corrélations, la base de leur métier. Le seul changement est que les nouvelles technologies de l'information offrent des possibilités insoupçonnées. Par leur rapidité, leur exhaustivité et leur facilité d'accès.

Les instituts de statistiques nationaux exercent une prééminence de fait. L'explication en était princi-

palement le coût élevé de la collecte des « données », mot trompeur, car elles étaient tout sauf gratuites. L'Insee doit ainsi mobiliser 150 enquêteurs pour relever les étiquettes à travers toute la France. La « fabrication » de l'indice des prix à la consommation lui revient à environ 10 millions d'euros par an. « Nous devons respecter énormément de contraintes, qui relèvent d'une réglementation internationale très stricte. Il faut comparer les prix de produits à qualité strictement constante. Ce n'est pas facile et ce n'est pas, semble-t-il, ce que fait l'indice Google ! En même temps nous utilisons nous aussi Internet pour collecter l'information, ainsi que les sources professionnelles comme la base Galileo pour les billets d'avion », explique Jean-Louis Lheritier, responsable de la division « prix et conditions de vie des ménages » à l'Insee. De même des travaux sont en cours pour utiliser les tickets de caisse des magasins, ce qui simplifierait le travail.

Les nouvelles technologies constituent « un défi pour la statistique publique qui va devoir se répositionner », reconnaît Paul Schreyer, directeur des comptes nationaux à l'OCDE. Grâce à elles, d'énormes progrès ont déjà été obtenus dans la connaissance des dépenses de santé, entre autres. La puissance des fichiers administratifs permet également d'obtenir une information économique et sociale à un niveau local de plus en plus fin, note-t-on à l'OCDE. Pour sa part, Eurostat, qui fédère les offices nationaux de l'Union européenne, a lancé un groupe de réflexion « pour mieux utiliser les nouvelles sources qui trépanent sur la Toile ». Sans oublier les problèmes de déontologie que cela implique.

« Les organismes publics occupent un monopole naturel pour des raisons de coût et de technicité. Tout cela vole en éclats », observe Jacky Fayolle, administrateur de l'Insee, reconverti dans le secteur privé. Les statisticiens ont toujours redéfini la société dans laquelle ils officient, du totalitarisme soviétique à l'État néolibéral. Une nouvelle ère s'offre à eux. Ces héros sauront se repérer et nous guider dans le maelström de l'information qui nous accable. Ils seront forcément « sexy ».



Des sages pour les sociétés familiales

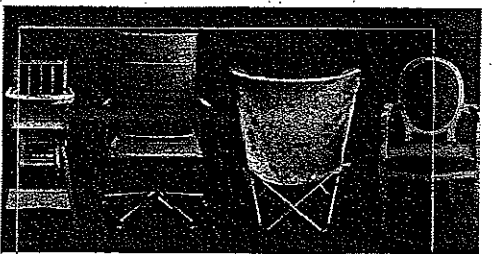
Une meilleure gouvernance aide les sociétés employant entre 250 et 5 000 salariés, baptisées entreprises de taille intermédiaire (ETI), à grandir et à mieux résister aux coups durs. Telle est la recommandation d'un rapport sur « la gouvernance et la responsabilité sociale, leviers de croissance pour les ETI » publié par la chambre de commerce et d'industrie de Paris. « Nous avons voulu proposer des outils simples. Nos recommandations sont tirées de l'expérience des entrepreneurs que nous avons écoutés », affirme Jérôme Franz, président de la commission qui a rédigé ce rapport et directeur général de la société Frantz Electrolyse. Les entreprises familiales ont besoin de vrais conseils d'administration comportant des administrateurs indépendants. Ceux-ci permettent aux dirigeants de ne plus se sentir seuls face aux décisions difficiles.

Il s'agit d'un vrai changement. Car les chefs d'entreprise sont souvent réticents à leur nomination. Pour les convaincre, le rapport réalise en coopération avec l'Institut français des administrateurs (IFA) souligne combien un administrateur indépendant peut aider à réaliser une acquisition ou à régler

une succession. La nomination d'un administrateur dédié aux relations familiales est également recommandée ainsi que la rédaction d'une charte familiale affirmant les valeurs de l'entreprise. « L'administrateur dédié aux relations familiales permet de mieux faire comprendre les objectifs de l'entreprise aux actionnaires familiaux qui n'ont pas de responsabilités opérationnelles. Au bout de trois générations, il arrive très souvent qu'un nombre important d'actionnaires familiaux ne soient plus impliqués dans la direction de l'entreprise. Il y a alors un risque réel de divorce entre l'actionnaire qui dirige et les autres. Ce risque est d'autant plus fort que de nombreuses entreprises familiales ne distribuent pas de dividendes. Tout est réinvesti dans l'entreprise », poursuit Jérôme Franz.

Ce « sage » peut également préparer les managers issus de la famille à comprendre l'entreprise et à faire leur apprentissage de dirigeant. Une manière de préparer ce qui est souvent le plus difficile dans une société patrimoniale : la succession du dirigeant.

Hal Varian a créé le Google Price index qui se base sur les prix des produits achetés en ligne.



Neuflice OBC, la banque privée des entrepreneurs, mais pas seulement.

www.neufliceobc.fr

Neuflice OBC ABN AMRO

TOP management par Carole Bellemare avec Corinne Cailland

Retrouvez les décideurs WWW.LEFIGARO.FR



Les Décideurs de TNS Sofres

Denis Delmas PRÉSIDENT depuis 2001 de TNS Sofres, numéro un français des études marketing et d'opinion, Denis Delmas est aussi, depuis cette année, directeur général de TNS Europe du Sud. Le groupe, présent dans 80 pays, comprend dans l'Hexagone 600 salariés et 1 500 enquêteurs qui réalisent entre 3 000 et 4 000 études chaque année. Si la partie sondage politique ne représente pas plus de 4 % du chiffre d'affaires, « nous travaillons sur toutes les activités du PAC 40 équipes dans un savoir-faire commun qui nous est propre », ajoute le dirigeant. Ainsi, TNS Sofres propose des équivalents produits homogènes sur l'ensemble de son réseau. Actuellement le groupe s'intéresse de très près au digital et lancera bientôt une offre avec un ensemble de prestations. Une étude, Digital Life, menée dans 46 pays, sur le comportement des clients sur Internet vient d'être réalisée. Autre axe que souhain-

charge des secteurs de la grande consommation et des loisirs, était directeur général adjoint depuis 2004. Sciences Po et DRESS marketing, il a effectué l'essentiel de sa carrière dans l'univers des études.

Edouard Lecort, 47 ans, était aussi directeur général adjoint depuis 2007, en charge des unités technology & media et transport & services. Ancien journaliste, il a aussi travaillé pour Ipsos Public Affairs. Louis Harris

dirige actuellement l'unité Stratégies d'opinion. Autre élément féminin, Laurence Lebonnellier. Nommée directrice générale adjointe, elle supervisera les opérations et les projets d'évolution de l'entreprise. À 48 ans, elle a effectué l'essentiel de sa carrière chez TNS Sofres. Stéphane Marcel directeur marketing & développement, élargi son périmètre en prenant la responsabilité de l'unité O3. Valérie Morisson,

DATES CLÉS
1998 Directeur général de MPG (groupe Havas)
2001