

La moitié des entreprises françaises exploitent le Big Data analytique

En marge de son rachat du spécialiste du Big Data [Think Big Analytics](#), Teradata dévoile les résultats d'une étude portant sur **l'adoption du Big Data analytique** au sein des entreprises françaises, allemandes et britanniques.

48 % des répondants français exploitent au moins trois nouvelles sources de données non relationnelles (réseaux sociaux, logs web ou téléphoniques, vidéos, données issues des objets, etc.). Un chiffre identique en Allemagne (48%), mais beaucoup moins élevé au Royaume-Uni (20%).

Ces écarts s'expliquent par une différence de maturité, mais aussi de point de vue concernant l'efficacité des traitements analytiques portés au monde du Big Data.

Ainsi, si les entreprises britanniques sont peu nombreuses à estimer tirer profit de l'exploitation de nouvelles sources de données, elles pensent à 24 % être novatrices dans ce domaine. Un taux qui tombe à 7 % des entreprises en France et 5 % en Allemagne.

Différence de traitement

42 % entreprises britanniques estiment que le volume de données à traiter, leur définition et leur compréhension demeurent les principaux défis posés par le Big Data analytique. A contrario, en France, 65 % des entreprises pensent que l'obstacle principal du Big Data analytique se pose lors **l'intégration des données avec celles existantes** au sein de l'entreprise.

Les Anglais tendent donc à poser le problème de **la qualification et de l'exploitation des données** dès leur captation, alors que les Français se penchent sur ce souci lors de l'intégration de ces données dans le SI.

Sur le même thème

[Jean-Marc Bonnet, Teradata : « Big Data, le même chantier qu'à l'origine de la BI »](#)

[Teradata étoffe son expertise Hadoop et NoSQL avec Think Big Analytics](#)

[Teradata renforce son expertise Hadoop avec Hadapt et Revelytix](#)

Crédit photo : © Miko Lemola / Shutterstock