



CAFÉ-ATELIER PIGMA

30.11.17

🕒 10h11

- CONFIDENTIEL - NE PAS DIFFUSER À UN TIERS - © 10h11



L'agence 10h11

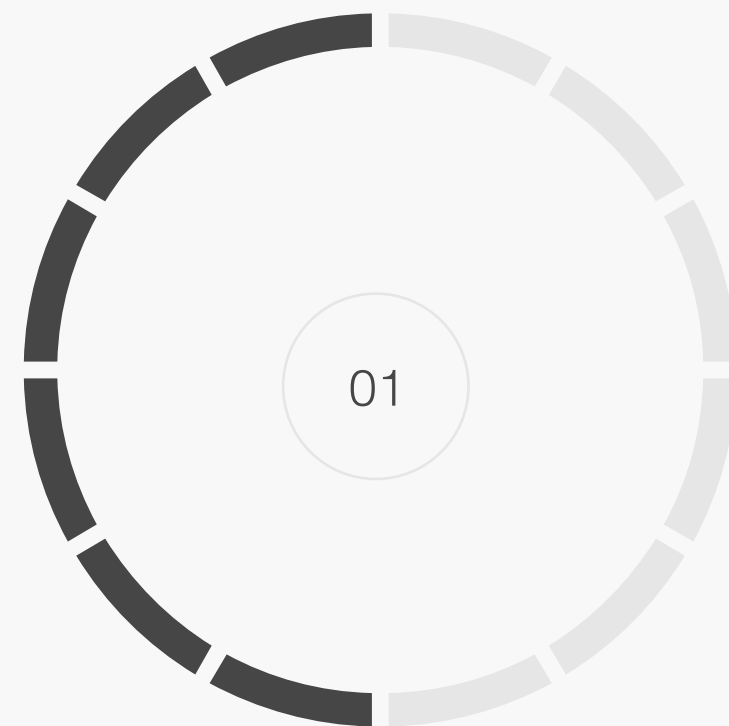
Notre métier : faire travailler vos données.

10h11 est une **Jeune Entreprise Innovante** qui travaille avec les plus grandes entreprises industrielles et les organisations publiques dans l'objectif de répondre à leur problématique de data. Pour continuer à servir nos collaborations de la meilleure des manières, nous investissons chaque année plus de 30% de notre temps à l'innovation, la recherche et le développement.



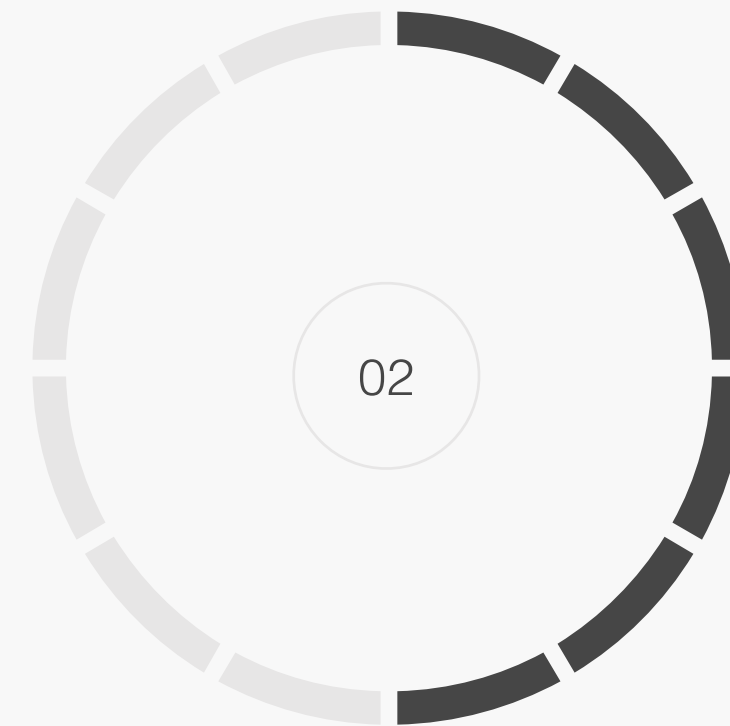


MODÈLE HYBRIDE



SERVICE

Accompagner nos clients et
comprendre les besoins terrains

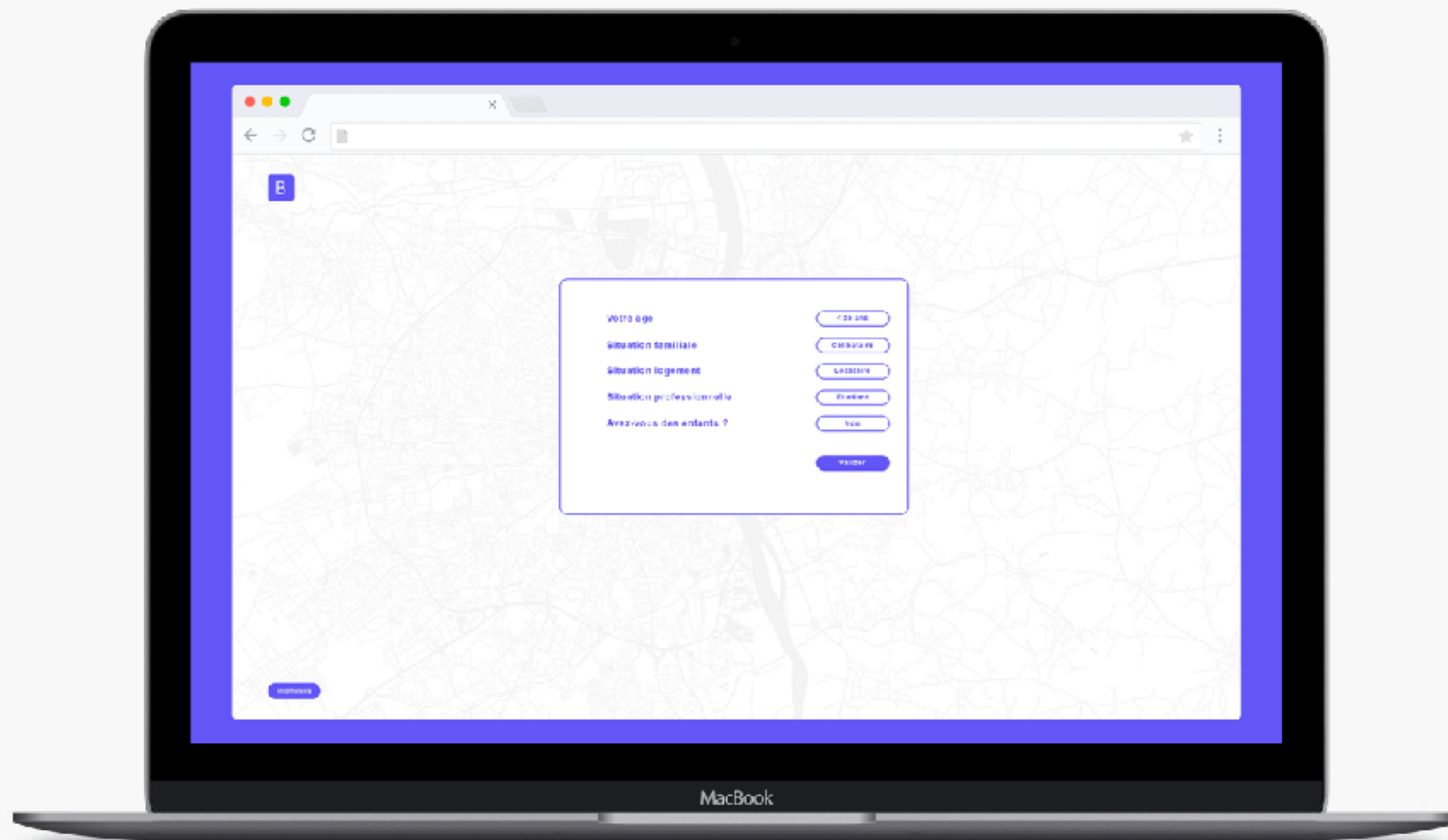


PRODUIT

Utiliser notre R&D pour construire nos
propres briques technologiques

A foggy cityscape with a white rectangular frame containing the text 'FOCUS SUR DES PROJETS OPEN DATA'. The background shows a dense urban environment with various buildings, including a prominent skyscraper in the center. The fog is thick and covers the lower half of the image, creating a hazy atmosphere. The text is centered within the white frame.

FOCUS SUR DES PROJETS **OPEN DATA**



Études de cas

Métropole de Bordeaux : Indice de confort de vie

Pour mieux comprendre un territoire, **10h11 a créé le premier indice de confort de vie.** L'indice mathématique prend vie grâce à la pondération statistique des données open-data en relation avec la notion de confort de vie définie par un panel. En collaboration avec des écoles d'ingénieurs, 10h11 imagine la première cartographie qui vous permet de **choisir l'endroit dans la ville où vous vous sentirez le mieux.**

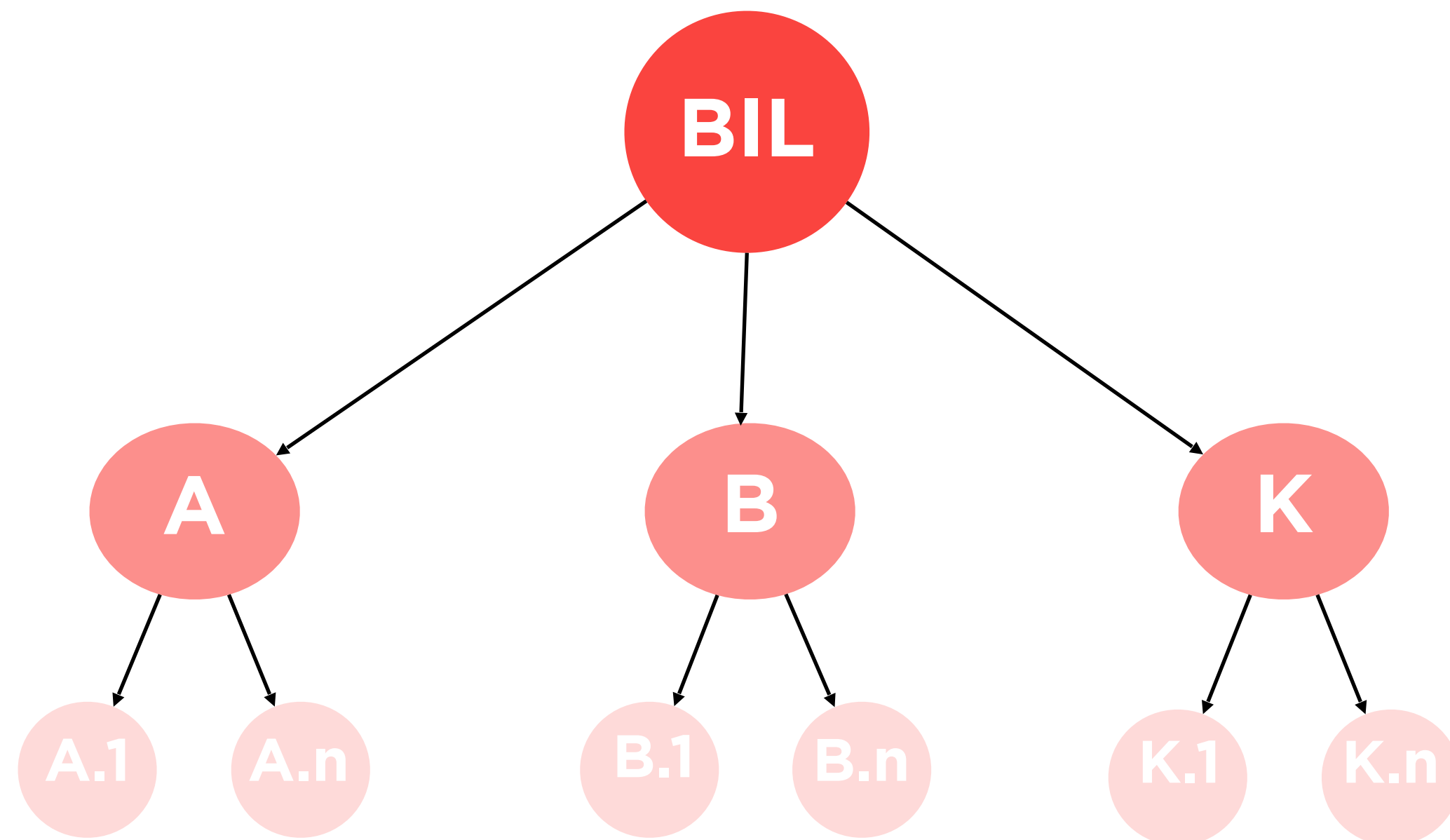
DÉFINITION DE LA STRUCTURE EN FORME D'ARBRE

Nous considérons un critère A, par exemple « Commerces et restaurants » : nous pouvons le voir comme un sur-ensemble de A.1 et A.2, par exemple « Bars et restaurants » et « Commerces de proximité ».

Nous imaginons donc les critères sous forme d'arbre, avec plusieurs niveaux, où les sous-critères seraient les feuilles.

CRITÈRES

SOUS-CRITÈRES



CRITÈRES ET SOUS-CRITÈRES

A - Commerces et restaurants

- Bars et restaurants
- Commerces de proximité

B - Mobilité

- Accès aux transports en communs
- Parkings

C - Temps libre

- Loisirs
- Musées
- Sports
- Espaces verts

D - Services à la personne

- Banque et poste
- Sécurité
- Santé
- Établissements scolaires

LES PROFILS-TYPES ET LES 3 ÉTAPES

1) L'utilisateur fait ces choix :

- Âge : Moins de 25 ans, 25-34, 35-49, 50 et plus
- Situation familiale : Célibataire, en couple
- Enfants : Oui, non
- Situation professionnelle : Étudiant, actif, sans emploi
- Situation logement : Propriétaire, locataire

2) Les notes des sous-critères sont automatiquement fixées pour chaque profil type

NB : Ces sous-critères correspondent aux sous-critères qui ont donné des pondérations statistiquement significatives en relations aux différents profils type. Les autres sous-critères sont fixés sur la valeur neutre.

Dans la V2, l'utilisateur pourra modifier les notes automatiquement obtenues des sous-critères et, de plus, il pourra noter d'autres critères et/ou sous-critères.

3) L'application donne à l'utilisateur les zones en fonction des pondérations travaillées

COMMENT ONT ÉTÉ ESTIMÉS LES BESOINS DE CHAQUE PROFIL ?

- Quality of life in european Cities 2015 (European Commision) ;
- Les nouvelles tendances à Milan - Observatoire Housing Evolution (CC Milan) ;
- Pakku.io ;
- KEDGE Business School (Bordeaux) : en travaillant avec un groupe des étudiants de KEDGE, nous avons travaillé sur la définition de l'indice de confort de vie en établissant un questionnaire pour les agences immobilières ;
- Analyse facteurs humains (CATIE).

QUEL ALGORITHME ?

OBJECTIF : Pouvoir classer par ordre de choix un certain nombre d'alternatives sur la base d'un ensemble de critères favorables ou défavorables.

SOLUTION : Topsis (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution)

Déterminer pour chaque alternative un coefficient sur la base des distances (euclidiennes) entre chaque alternative d'une part et les solutions idéales favorables et défavorables (NB : une alternative est dite idéale favorable si elle est la plus loin de la pire alternative et la plus proche de la meilleure alternative ; au contraire, une alternative est dite idéale défavorable si elle est la plus proche de la pire alternative et la plus loin de la meilleure alternative)

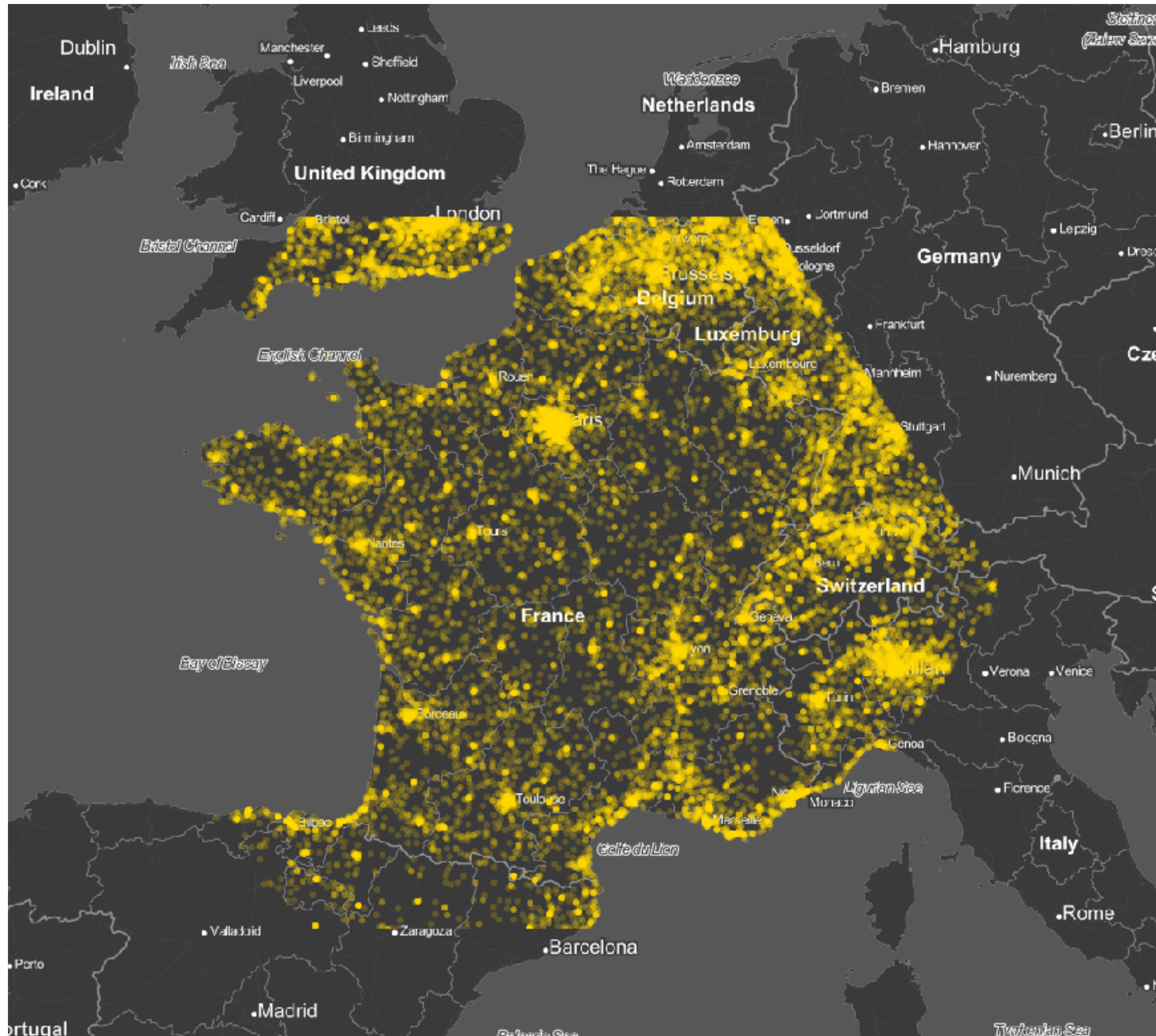
MAILLAGE ET ZONE MINIMALE DE CALCUL

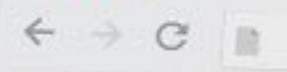
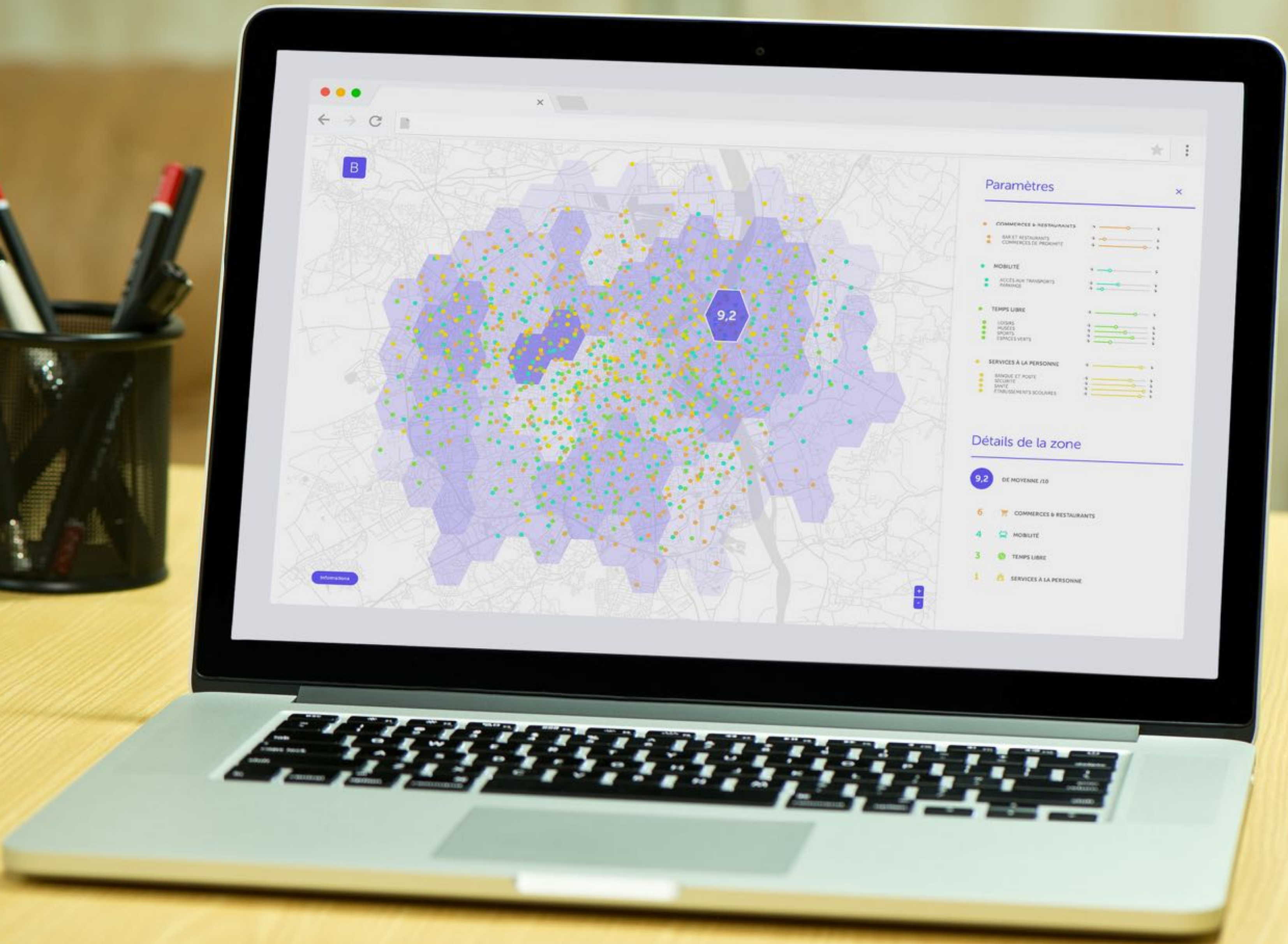
- agréger les données détaillées afin de proposer une expérience (performance) satisfaisante
- en effet, l'utilisateur peut avoir de préférences sur les différents quartiers ou zones de la ville : dans ce cas, l'application devra lui permettre de comparer des zones dans plusieurs niveaux de détail
- maillage de la carte avec des hexagones réguliers
 - forme la plus optimale (le calcul des établissements est effectué dans un cercle de rayon de 150m - zone minimale)
 - grille automatiquement générée à partir d'un seul point (centre de la France)
 - possible de « dé zoomer » : la zone devenant donc l'hexagone fusionné avec ses plus proches voisins (lors du passage à l'échelle supérieure, le nouveau cercle pour les calculs a un diamètre égal à celui du niveau inférieur plus 2 fois le diamètre du cercle minimal)
 - à chaque niveau il y a des scores

COLLECTE ET STOCKAGE DES DONNÉES 1/2

- Veille initiale des sites les plus pertinents pour la récolte d'information
- Approche choisie : Google Places
- Application d'un algorithme afin de mailler tout le territoire français et récupérer l'intégralité des informations Google Places sur le pays
- La France est découpée en une grille hexagonale, où chaque hexagone donne lieu à des requêtes Google Places pour récupérer les lieux en base Mongo

COLLECTE ET STOCKAGE DES DONNÉES 2/2





B

9.2

Paramètres

- COMMERCES & RESTAURANTS
 - BAR ET RESTAURANTS
 - COMMERCES DE PROXIMITÉ
- MOBILITÉ
 - ACCÈS AUX TRANSPORTS
 - PARKING
- TEMPS LIBRE
 - LOISIRS
 - MUSEES
 - SPORTS
 - ESPACES VERTS
- SERVICES À LA PERSONNE
 - BANQUE ET POSTE
 - SECURITE
 - SANTE
 - ENSEIGNEMENTS SCOLAIRES

Détails de la zone

- 9.2 DE MOYENNE /10
- 6 COMMERCES & RESTAURANTS
 - 4 MOBILITÉ
 - 3 TEMPS LIBRE
 - 1 SERVICES À LA PERSONNE

Informations



B

Votre âge

< 25 ans

Situation familiale

célibataire

Situation logement

locataire

Situation professionnelle

étudiant

Avez-vous des enfants ?

non

Valider

informations

🕒 10h11

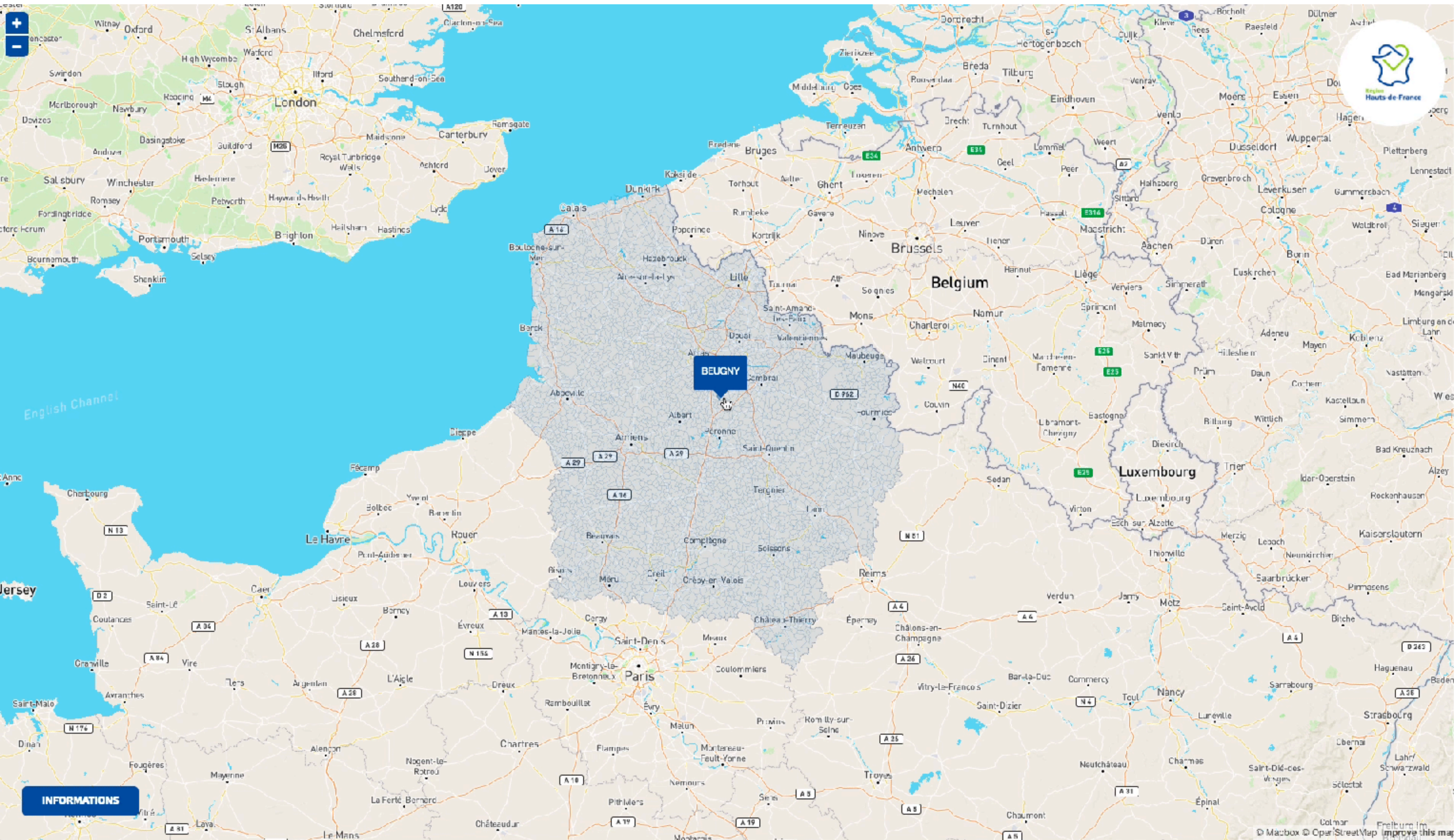


Études de cas

Hauts de France : Pondérer les équipements d'une zone urbaine

La nouvelle région des Hauts-de-France souhaitait **pouvoir analyser en un clin d'oeil le niveau d'équipement des villes** et départements la composant. Divisés en 5 catégories, les indicateurs créés et pondérés en collaboration avec les équipes projet de la région, permettent de comparer les données des niveaux d'équipement de l'ensemble des villes de la région, ainsi que des départements, villes et EPCI.





🕒 10h11



Produit : Secteur Banque

Bering : révolutionner le score d'octroi de crédit.

Bering est un produit technologique, sous la forme d'algorithmes, qui permet d'auditer des bases de données historiques de crédit, d'agréger des données complémentaires et de redéfinir le score d'octroi de crédit.

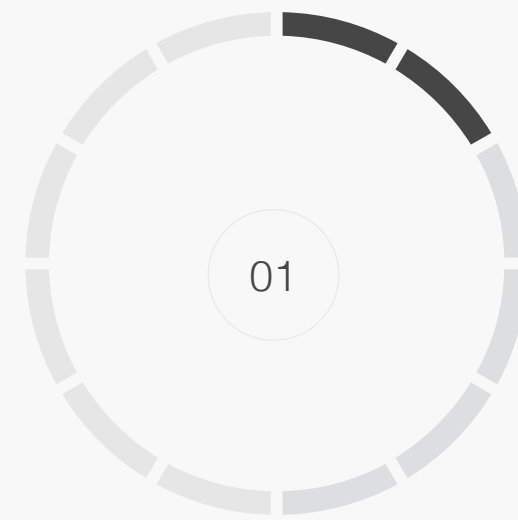
Plus d'information : www.bering-credit.com



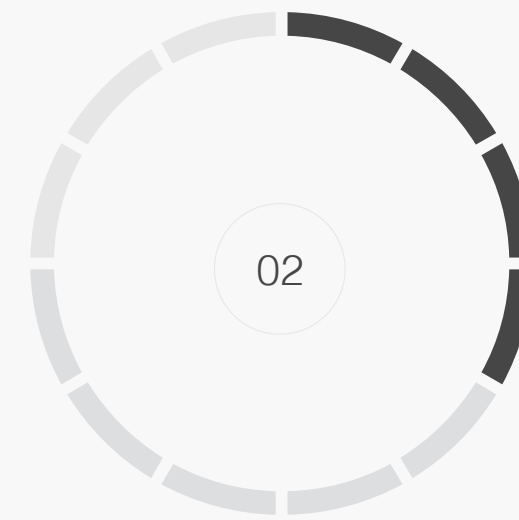


BERING PROCESSUS

BERING est un produit technologique de l'entreprise 10h11 permettant de construire un score d'octroi sur la base d'historique et d'open-data. Voici les 6 étapes du processus que nous avons construit.



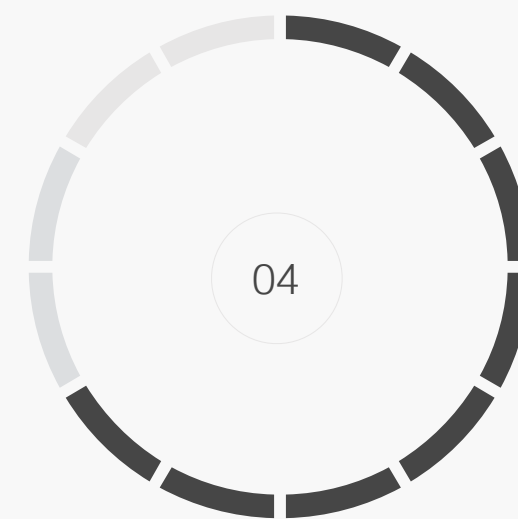
CONSOLIDATION BDD



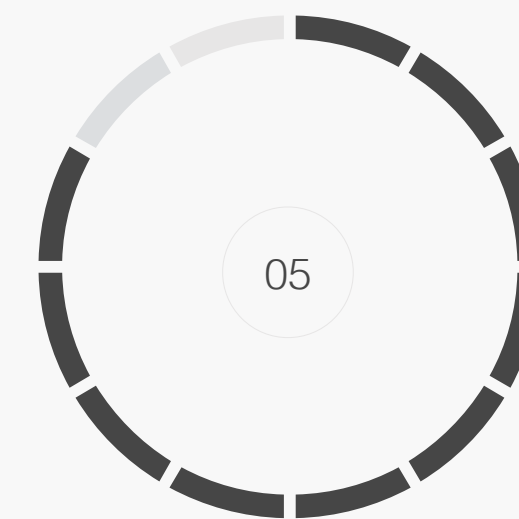
SÉLECTION DES VARIABLES



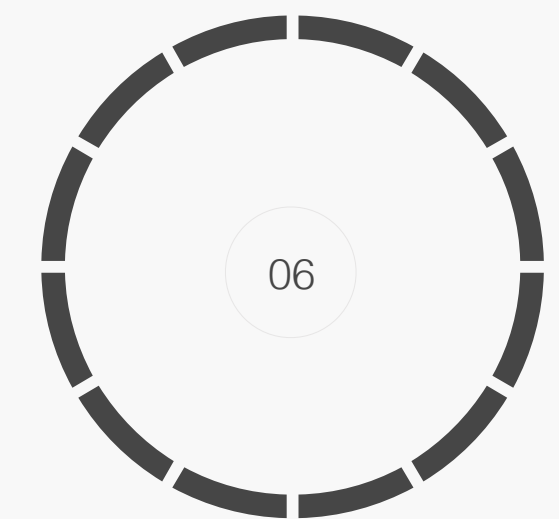
RÉINTÉGRATION DES DOSSIERS REFUSÉS



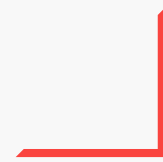
OPEN DATA
PRIVATE DATA



AGREGATION DES
INDICATEURS
SUPPLEMENTAIRES



DEVELOPPEMENT
DU CREDIT SCORING





PERFORMANCE : RÉFÉRENCE BANQUE A

Périmètre d'application : Crédit consommation 18-28 ans.

1_ Gain : augmentation de 10% de l'octroi bons payeurs

2_ Sévérité : augmentation de 10% du refus de mauvais payeur

3_ Gain + sévérité : 11 millions d'euros sur base 6% (ratio fourni par la banque)

Bienvenue

Email



contact@daddy.com

Mot de passe



ENTRER



10h11

Restons en contact.

5 rue Feydeau

75002 Paris

-

64 cours Georges Clémenceau

33000 Bordeaux

+33 (0)5 57 83 25 42

contact@10h11.com

www.10h11.com

