Une planète plus intelligente impose une nouvelle forme d'intelligence

Être un leader, c'est prendre des décisions. Et chaque décision dépend de l'information dont on dispose. Cela vaut autant pour ceux qui dirigent une entreprise que pour ceux qui sont à la tête d'un gouvernement, d'une armée ou d'une famille.

Au cours du demi-siècle dernier, les leaders ont été témoins d'une véritable révolution quant à la qualité et à la quantité de l'information disponible. L'ère de l'information a succédé à l'ère industrielle, en grande partie parce que la concurrence se jouait désormais sur le front du savoir, de l'expertise et du capital intellectuel. De fait, l'industrie des technologies de l'information s'est toujours efforcée de fournir aux dirigeants des informations de confiance sur les activités et les événements passés, présents et potentiels d'une organisation, et ce, dans tous les aspects de son exploitation.

Peut-on déceler une tendance? Est-ce possible de transformer des données brutes en connaissances stratégiques? Peut-on faire en sorte que les décisions soient prises et appliquées de manière prompte et économique? À ce genre de questions, il est désormais possible de trouver des réponses avec une précision encore jamais égalée. Cependant, sur une planète plus intelligente, la donne risque de changer en raison du volume et de la variété des informations, comme de la vitesse à laquelle on prend maintenant les décisions.

A-t-on une idée exacte de ce volume? L'information numérique ne cesse de croître. *Selon certaines estimations, l'univers numérique de 2011 aura 10 fois la taille de celui de 2006.*

Quels types d'informations? Les informations émanent de milliards de personnes et circulent dans un univers composé d'un billion d'appareils intelligents, de capteurs et d'objets animés ou inanimés équipés d'instruments. Pas moins de 80 % des données nouvellement créées représentent du contenu non structuré : courriels, documents, images, dossiers médicaux, fichiers vidéo et audio, etc.

À quelle vitesse sont-elles traitées? Pour être en mesure de suivre le rythme des transactions, les systèmes doivent intégrer en temps réel tous les types de données, les corréler, les analyser et ensuite agir plus de 200 fois par seconde.

Dès lors, sommes-nous condamnés à chercher encore plus souvent une aiguille dans une botte de foin, à nous voir bombarder d'encore plus d'informations inadéquates, à manquer de belles occasions à cause des délais d'accès au savoir?

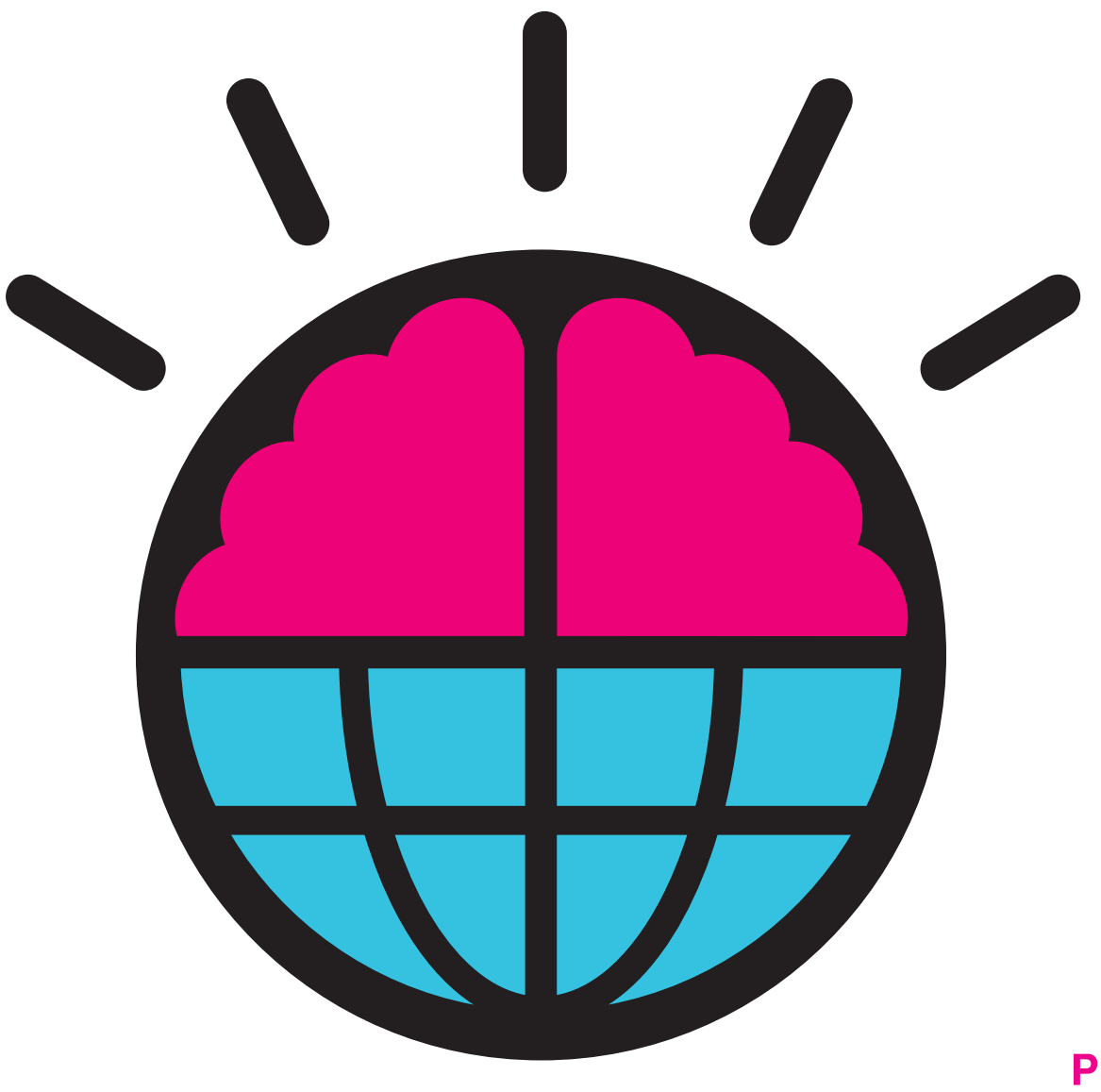
Non, heureusement. Il existe des technologies capables de saisir et de traiter cette masse de données et de la transformer, pas seulement en informations structurées ou en connaissances, mais en intelligence véritable. Il est possible de détecter des modèles ou des tendances à un niveau de détail inégalé, de capter et d'analyser les changements sur les marchés, dans les tendances et les préférences des consommateurs, et ce, à une vitesse encore jamais atteinte. Par ailleurs, des systèmes complexes et des organisations de grande envergure peuvent désormais être optimisés de façons inédites.

De nouvelles approches ont été lancées, telles que «l'informatique en continu» qui fait appel à des algorithmes logiciels sophistiqués pour détecter de nouveaux stimuli, analyser des données en mouvement et les comparer avec d'autres informations pertinentes avant de les injecter dans des systèmes opérationnels et logistiques, permettant ainsi de franchir le pas entre réflexion et action. Par ailleurs, des systèmes analytiques évolués, fondés sur des mathématiques avancées, sont déjà en mesure d'atteindre un niveau d'intelligence capable de *prédire.*

Des compagnies d'assurances ont, par exemple, déjà la capacité de créer des modèles pouvant déceler, parmi des milliards de demandes d'indemnités, celles qui sont frauduleuses. Certains services de police ont recours à l'information recueillie à partir d'un ensemble d'appareils et d'observations sur le terrain pour étudier les tendances reliées aux activités criminelles et les prévenir plutôt que de simplement les punir. Des détaillants optimisent la gestion de leurs stocks et leur système de transport en fonction des prévisions météo, ce qui leur permet de connaître d'avance le comportement d'achat des consommateurs.

La liste est longue, et ce n'est que le début du changement. Imaginez à quel point il influencera *toutes* les priorités des dirigeants – qu'ils soient en affaires ou qu'ils fassent partie de la vie publique –, à savoir les façons dont nous envisageons la croissance économique, le progrès social, la protection de l'environnement et la lutte contre la maladie. Sans oublier la manière dont nous interagissons avec autrui et avec le monde.

Bâtissons une planète plus intelligente. Apprenez-en davantage à l'adresse **ibm.com/pensons/ca**.



PENSONS IBM MD

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques de commerce ou des marques déposées d'International Business Machines Corporation, enregistrées dans un grand nombre de juridictions dans le monde et utilisées sous licence par IBM Canada Ltée. Une liste à jour des marques de commerce d'IBM est disponible sur le Web à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. © IBM Corporation, 2009. © IBM Canada Ltée, 2009. Tous droits réservés

28713-05-Fre-LA.indd 1 4/30/09 2:08:45 PM

Cyan, Magenta, Yellow, Black

REDWORKS studio
33 YONGE STREET, 12TH FLOOR, TORONTO, ONTARIO M5E 1X6
TELEPHONE: (416) 363-3772
REDWORKSTORONTO.COM

OGILVY	LIVE: None	BUILD DATE: April 20/09	CATEGORY: Newspaper	GALLEY:
FILE: 28713-05-Fre-LA.indd	TRIM: 10.333" x 14.25"	BUILD OP: OS	FORMAT: Les Affaires	1
AD #: IBM-01309WF	BLEED: None	REV DATE: Apr.30.09	PICK UP: #4	
JOB #: S.IMN.IMNLOC.09027.K	LINE SCREEN: 100	REV OP: JM	IMAGES: IMN0901	PASS:
ACCOUNT: Dennis Mathew	CAMPAIGN / CREATIVE NAME: Smart Planet Ads - Intelligence Ad			5
PRODUCTION: Kathy McPherson	ITEM DESCRIPTION: Full Page		CLIENT: IBM	

PRINT SCALE: 100% NOTES: None OP: PR:

PREPARED FOR PREPRESS Apri 30/09

IBMHelvetica2004

C=0 M=100 Y=0 K=0, New Color Swatch, C=0 M=100 Y=20 K=0

IMN0901-H1-SmartIntel-NWS.ai Up to Date
IBM-THINK-4B-RIGHT-F-CMYK.ai Up to Date