

Economie et Statistique / Economics and Statistics

Numéro 505-506 – 2018

BIG DATA ET STATISTIQUES 1^{ère} partie

5 Introduction – Les apports des Big Data

Philippe Tassi

PRÉVISION « IMMÉDIATE »

17 Prévoir la croissance du PIB en lisant le journal

L'analyse des articles publiés par les médias traditionnels à l'aide des techniques du Big Data permet de construire un indicateur de « sentiment médiatique ». Il contient de l'information qui, utilisée en complément des enquêtes de conjoncture, permet d'améliorer la prévision de la croissance française à certains horizons.

Clément Bortoli, Stéphanie Combes et Thomas Renault

35 Utilisation de Google Trends dans les enquêtes mensuelles sur le Commerce de Détail de la Banque de France

Les indices Google Trends peuvent améliorer l'estimation de la conjoncture du e-commerce en complétant les sources d'information traditionnelle. Disponible en temps réel, cette source de données massives présente un intérêt pour le *nowcasting*, cependant atténué par la méthodologie peu transparente de sa construction.

François Robin

65 L'apport des Big Data pour les prévisions macroéconomiques à court terme et en « temps réel » : une revue critique

Quels sont les apports des ensembles de données nouvelles et innovantes issues des recherches sur Internet, des médias sociaux et des transactions financières pour la prévision macroéconomique et le *nowcasting* ? Une revue d'études empiriques révèle que celles menées à ce jour sont relativement limitées en termes de contenu économique, et plus ou moins probantes.

Pete Richardson

DONNÉES DE TÉLÉPHONIE MOBILE

93 Les données de téléphonie mobile peuvent-elles améliorer la mesure du tourisme international en France ?

Si les données de téléphones mobiles en itinérance n'ont pas un niveau de qualité suffisant pour remplacer les sources actuellement utilisées pour la production des statistiques de tourisme, elles présentent en revanche un intérêt pour le suivi de la conjoncture et la régionalisation des indicateurs.

Guillaume Cousin et Fabrice Hillaireau

113 Estimer la population résidente à partir de données de téléphonie mobile, une première exploration

Les données issues de la téléphonie mobile fournissent des enregistrements avec une résolution spatiale élevée et à une haute fréquence temporelle. Leur utilisation pour les statistiques publiques soulève néanmoins plusieurs questions, notamment sur la qualité des informations collectées et la représentativité des données disponibles.

Benjamin Sakarovitch, Marie-Pierre de Bellefon, Pauline Givord et Maarten Vanhoof

DONNÉES ET MÉTHODES

139 Big Data et mesure d'audience : un mariage de raison ?

Le 20^e siècle a été marqué par le développement des enquêtes par sondage. La fin du 20^e siècle voit l'émergence des données massives. Les données massives doivent-elles être vues comme un risque pour les enquêtes par sondage ou plutôt comme une opportunité d'en améliorer la fiabilité ?

Lorie Dudoignon, Fabienne Le Sager et Aurélie Vanheuverzwyn

155 Économétrie et Machine Learning

Les méthodes d'apprentissage automatique (*machine learning*) sont de plus en plus populaires. Si la finalité est souvent proche de celle des techniques économétriques, la différence de culture rend le dialogue entre les approches difficile, mais indispensable.

Arthur Charpentier, Emmanuel Flachaire et Antoine Ly

BIG DATA ET STATISTIQUE PUBLIQUE

179 Données numériques de masse, « données citoyennes », et confiance dans la statistique publique

L'avenir des statistiques publiques dépendra non seulement de sources de données et de méthodes novatrices, mais aussi de la mobilisation des possibilités offertes par les technologies numériques pour établir de nouvelles relations avec le public en tant que coproducteur.

Evelyn Ruppert, Francisca Grommé, Funda Ustek-Spilda et Baki Cakici