

opendatasoft

- ETUDE -

Si les bénéfices de l'exploitation des données sont clairement identifiés dans les organisations, la valorisation de cette ressource à grande échelle reste un défi de taille !

Paris le 06 décembre 2021 – Opendatasoft, leader européen des plateformes de démocratisation de la donnée, dévoile les résultats de son étude réalisée en partenariat avec l'Usine Digitale intitulée, « *L'exploitation et la valorisation des données au sein des organisations en France* »*. *L'étude révèle que la pédagogie n'est plus à faire sur le rôle stratégique de la donnée pour les organisations avec près de 90 % des décideurs qui accordent de l'importance à l'exploitation des données. Pourtant, dans la pratique, seulement 50 % des répondants déclarent que leur organisation est déjà engagée dans une démarche de valorisation des données. Ils estiment également avoir besoin d'une culture data plus forte et manquer de ressources pour déployer les bons outils et former les collaborateurs aux projets data, ce qui pèse sur leur capacité à passer à l'échelle et à tirer pleinement partie de tout le potentiel de cette ressource.*

Exploitation et valorisation de la donnée : un enjeu stratégique

Produite et stockée en masse, la donnée joue un rôle central dans les organisations. Pour **88% des décideurs, l'exploitation de la donnée est importante** (et pour 51% d'entre eux, elle est considérée comme très importante), notamment dans **leurs prises de décision au quotidien (74%)**.

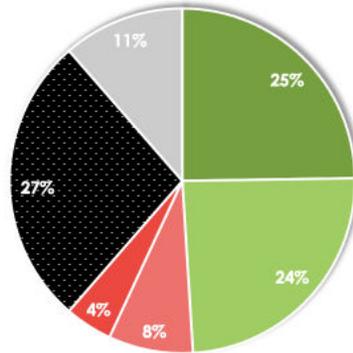
Pour ce faire, les organisations s'appuient en moyenne sur **3 types de données**, notamment les données clients, publiques, commerciales et financières.

Et la crise sanitaire n'a fait qu'accentuer le phénomène. Pour 49 % des personnes interrogées, les bouleversements liés à la pandémie du Covid 19 ont impacté la stratégie de leur organisation et accéléré le déploiement des projets data.

Comment la crise sanitaire a-t-elle impacté votre stratégie Data ?

Base : Ensemble (202 répondants) / Une seule réponse possible

- Elle a fortement accéléré le déploiement de votre stratégie Data
- Elle a faiblement accéléré le déploiement de votre stratégie Data
- Elle a faiblement ralenti le déploiement de votre stratégie Data
- Elle a fortement ralenti le déploiement de votre stratégie Data
- Aucun impact
- Ne sais pas



Mais le passage à l'échelle reste un défi

Dans les faits néanmoins la tâche semble plus complexe. **Seulement 50 % des répondants déclarent que leur organisation est engagée dans une démarche de valorisation des données** (notamment les grandes entreprises). **Un quart des répondants prévoit de le faire à l'avenir.** Parmi ceux ayant déjà mis en place ce type d'action, les niveaux d'ancienneté diffèrent. Près de la moitié déclare en avoir déployé depuis moins de 4 ans contre la moitié depuis 4 ans ou plus.

Par ailleurs, **seulement 41 % des personnes engagées dans un projet de valorisation de données déclarent que les projets sont déjà lancés.** Tandis que pour 54 %, leur organisation se situe à un stade antérieur, soit encore au stade de la conception (32 %), ou de l'étude de faisabilité (12 %), voire même à l'état des lieux et au diagnostic (10 %).

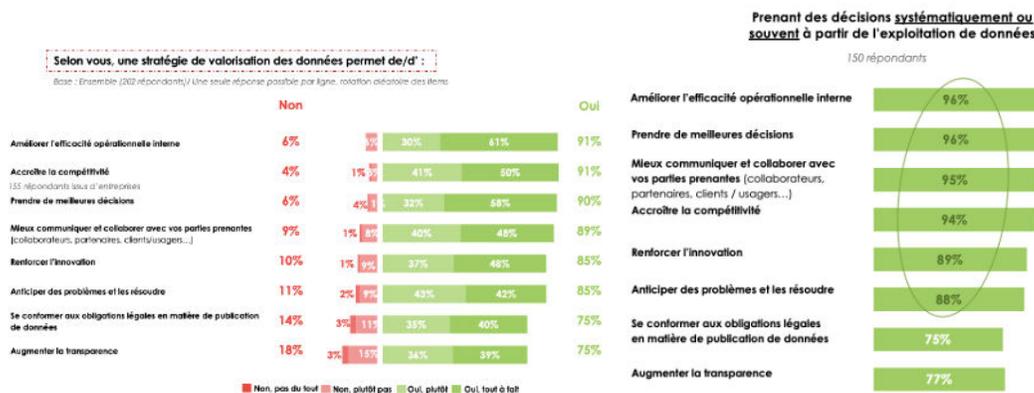
Les décideurs regrettent également la lenteur dans le déploiement des projets data dans leur organisation. **53% des décideurs** déclarent que leur organisation (> 5000 collaborateurs) met **6 mois ou plus pour déployer des projets dédiés à l'exploitation des données** (68% pour les ETI). Le constat est identique pour les PME avec un délai réduit à 6 mois pour la grande majorité (40%). On observe la même problématique sur les projets de valorisation des données, la moitié seulement des répondants déclare que leur entreprise a mis en place **des actions en interne ou en externe** (notamment les grandes entreprises) **et 25% prévoient de le faire à l'avenir.**

« Pour nous, la crise sanitaire a été un véritable accélérateur dans la prise de conscience des organisations de l'importance d'utiliser leurs données en interne comme en externe. Mais elle a également été un révélateur des fractures existantes entre les organisations au regard de leur maturité en la matière. L'étude révèle ainsi que 50 % des organisations ne sont pas engagées

dans un projet de valorisation de la donnée et 27 % des répondants ne prévoient pas ou ne voient pas l'intérêt de se lancer. Pourtant, les bénéfices stratégiques identifiés par les décideurs à la valorisation de la data nous montrent l'importance de massifier, c'est-à-dire de simplifier l'accès et l'usage de la donnée pour tous. », déclare Jean-Marc Lazard, CEO d'Opendatasoft.

Des bénéfices pourtant clairement identifiés par les décideurs

84% des décideurs jugent positifs (voire très positifs pour 25%) **l'impact des stratégies de valorisation sur leurs organisations** et ont un niveau d'attente très élevé sur certains aspects. Ils sont d'ailleurs, pour ceux prenant des décisions systématiquement ou souvent à partir de l'exploitation des données, plus nombreux à estimer importants ces différents aspects de la valorisation.



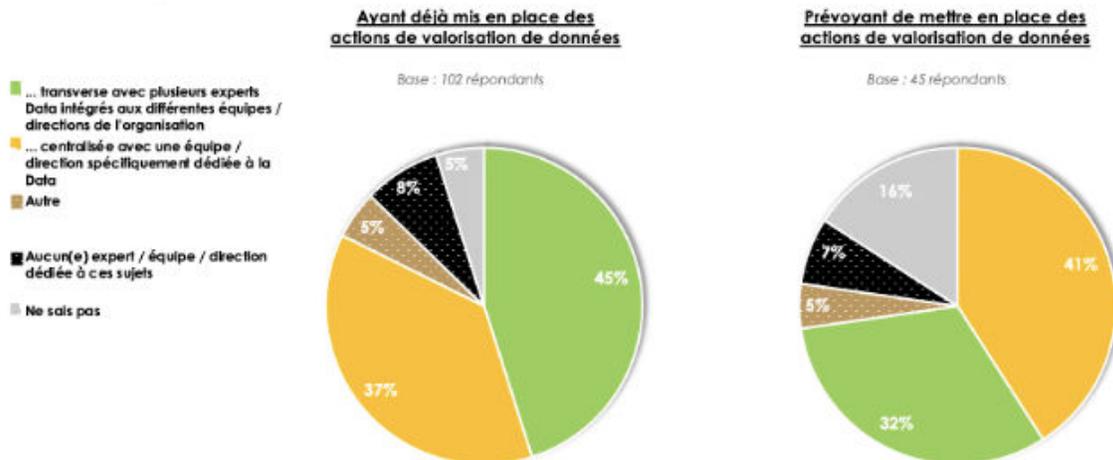
La nécessité d'une culture data d'entreprise et de ressources supplémentaires

56 % des décideurs déplorent le manque de culture data dans leur organisation et pour 33 % l'absence de gouvernance de la donnée est un frein aux développements de leurs projets data.

L'étude révèle également un paradoxe entre les répondants ayant déjà mis en place des projets data et ceux envisageant de le faire, notamment sur la partie organisationnelle. En effet, pour les organisations ayant déjà lancé des projets data, **45% des décideurs ont opté pour une organisation transverse** c'est-à-dire avec plusieurs experts data intégrés dans les départements. A contrario, **41% des décideurs n'ayant pas encore mis en place de projets data prévoient d'opter pour une organisation centralisée** (direction spécifiquement dédiée à la data).

Comment votre organisation est-elle organisée / prévoit-elle de s'organiser pour mener des actions de valorisation de données ?

Une seule réponse possible



« Le fait que les organisations non engagées dans les projets de valorisation envisagent majoritairement une organisation data centralisée, souligne l'importance de la culture data pour massifier l'usage. Cette culture prend du temps et ne peut s'effectuer qu'avec la présence de spécialistes dans toutes les équipes via une organisation en transverse, ce que les organisations les plus matures ont bien compris. L'étude révèle également que seulement 40 % des répondants utilisent les données des autres départements de leur organisation. Sans culture data dans l'organisation alors la réutilisation massive des données n'a pas lieu et la création de valeur potentielle associée n'est pas libérée. », conclut Jean-Marc Lazard.

On observe, globalement, une problématique sur la donnée en elle-même. Interrogées sur les principales difficultés rencontrées lors de la mise en place d'actions de valorisation, les répondants soulignent **le problème de la qualité/fiabilité des données, pour 61 %**.

Le bât blesse également en termes de ressources. 51 % soulignent que le manque ou l'absence de ressources en interne dédiées à la valorisation des données (outils, formations) est un réel frein pour le développement de leurs projets data. Et pour **43 % des répondants, leur organisation ne dispose pas de suffisamment de moyens budgétaires** pour mener une stratégie de démocratisation de la donnée et pour 87 % d'entre eux, il serait nécessaire d'augmenter les budgets dédiés.

*Méthodologie : Étude quantitative réalisée en ligne et auto-administrée dans le cadre de l'OMCAWI sur la période du 04/10/2021 au 31/10/2021. Les informations ont été recueillies auprès d'un échantillon de 202 décideurs issus des secteurs de la banque, finance, assurance, du commerce / retail, de l'énergie, de l'industrie, de l'administration publique d'État, de collectivités territoriales, des services et des transports.

A propos d'Opendatasoft

Opendatasoft est le leader européen en matière de démocratisation de la donnée. L'entreprise propose une plateforme SaaS all-in-one pour créer rapidement les meilleures expériences data sur le digital pour tous types d'audiences internes et/ou externes, de l'expert-technique au consommateur-citoyen. Cela permet à ses clients d'accélérer leur transformation digitale et

leur développement, de transformer positivement leurs opérations et d'établir des relations plus transparentes avec leurs parties prenantes.

Plus de 300 organisations dans le monde ont ainsi adopté la plateforme proposée par Opendatasoft. Parmi eux, figurent de grandes entreprises telles Schneider Electric, le Groupe BPCE, SFR, Veolia, Enedis ou encore Saint-Gobain, des ministères ainsi que des villes telles que Paris, Vancouver, Lille, Bristol, Namur ou Eindhoven.

Contacts presse L'AgenceRP

opendatasoft@lagencerp.com

Justine Boiramier – 06 50 31 86 24

Camille Bernisson – 07 64 44 14 49

Lucille Lavigne - 06 98 62 07 92