

opendatasoft

Observatoire 2024 de la démocratisation des données dans les organisations en France

L'accès aux données à grande échelle est une réalité dans seulement 8 % des organisations en France

Paris, le 16 janvier 2024 - Opendatasoft, éditeur d'une solution de portail de données leader en Europe, dévoile son observatoire de la démocratisation des données dans les organisations françaises (3e édition), réalisé en partenariat avec l'institut de sondage Odoxa. Regards croisés des cadres dirigeants et des Chief Data Officers (CDOs) sur l'évolution des pratiques et de la maturité des organisations en matière d'utilisation et de partage des données.

Les organisations ont compris le rôle stratégique des données. En revanche, le partage à grande échelle est encore loin d'être une réalité pour une majorité de décideurs, en raison d'un décalage persistant entre les ambitions des organisations et la réalité du terrain.

La valeur des données reconnue mais pas encore pleinement exploitée

L'utilisation des données est un sujet dont l'importance est unanimement reconnue par 90 % des décideurs, qui voient positivement les décisions prises par leur organisation dans ce domaine. Pour autant, seuls 44 % d'entre eux estiment qu'il s'agit d'une priorité aujourd'hui dans leur organisation. Une perception qui diffère auprès des fonctions plus engagées sur ce sujet, notamment au sein des Directions de l'Innovation et de la Stratégie digitale (74 %) et des Directeurs de site ou de filiale (64 %).

Au quotidien, 79 % des cadres dirigeants utilisent des données partagées pour leur activité, mais les bénéfices apportés ne sont pas reconnus de manière unanime : seuls 68 % reconnaissent que les données facilitent une meilleure prise de décision, et 69 % jugent qu'elles sont incontournables pour mener à bien leurs missions. Dans ce contexte, 6 sur 10 sont satisfaits des choix de leur organisation en matière d'utilisation des données (61 %) et ils valident la pertinence des informations diffusées, jugées utiles (75 %), claires (74 %), régulières (74 %) et suffisantes (69 %).

Toutefois, le sentiment que leur organisation est en avance en matière d'utilisation des données reste minoritaire chez les cadres décideurs en la matière (44 %), mais il est en progression par rapport à 2022 (+8 pts). Cet indicateur varie néanmoins fortement selon la position au sein de l'organisation : il passe de 67 % chez les directeurs de sites ou de filiales, plus informés et nettement plus convaincus de la pertinence des choix effectués, à 13 % chez les salariés. Un résultat en baisse de 20 % en un an, soulignant le décalage qui subsiste entre la vision data-centric des dirigeants et les capacités des salariés à consommer la donnée.

« L'enjeu et la dimension stratégique de la data sont partagés à haut niveau. Mais plus on se rapproche des acteurs qui sont proches du terrain, plus on rencontre un certain nombre de difficultés très concrètes qui font que la mise en œuvre n'est pas toujours simple. Il peut alors en résulter un décalage entre la vision très stratégique, où l'on indique ce que permet de faire la data, et sa mise en œuvre réelle où la complexité et la difficulté de mise en œuvre apparaissent. » explique Florent Verrière, Group Chief Data Officer chez EDF.

... et l'accès à grande échelle aux données est encore loin d'être une réalité

Dans les faits, l'accès aux données à grande échelle n'est pas encore une réalité. Il n'est en place intégralement que dans 4 organisations sur 10 (37 %). A l'inverse, pour 63 % des décideurs, l'accès aux données est limité,

les organisations proposant soit un accès partiel (37 %), soit pas d'accès du tout (26 %). Et pour la plupart, **cet accès se fait encore de manière artisanale ou non structurée**, via des fichiers envoyés par des collaborateurs (32 %) ou des données communiquées en réunions (27 %). Un constat révélateur d'une autre perception : **la propriété de la donnée est exclusive et souvent associée au pouvoir**, créant ainsi des silos de données qui empêchent de libérer le potentiel de valeur de la démocratisation des données.

Seuls 8 % des cadres dirigeants déclarent que leur organisation dispose d'un portail interne pour accéder et utiliser les données (12 % dans le secteur public). Si 66 % d'entre eux estiment qu'il est simple et rapide d'accéder aux données dont ils ont besoin, **50 % pensent encore que cela implique d'avoir été formé sur des compétences spécifiques** ou de passer par un analyste expert (48 %).

Cette relation distante des cadres dirigeants avec l'utilisation de données partagées s'explique en partie par le **manque de clarté de la fonction de Chief Data Officer**, dont le rôle et les missions ne sont bien connues que pour près **d'1 décideur sur 2 (49 %)**. Pourtant, **la place du CDO est centrale** pour encourager la création d'usages et la **diffusion d'une culture du partage des données** au sein des organisations.

« Pendant très longtemps les départements ont pensé que s'ils possédaient les données, ils avaient "le pouvoir". C'est une logique qui va à l'inverse de la démocratisation des données. La logique est de dire : "si je donne accès à des données, y compris celles qui ne sont pas à moi dans l'organisation, j'ai du pouvoir parce que j'aiguille les gens aux bons endroits". C'est un changement radical dans la philosophie et la culture. Souvent, il y a des organisations où les collaborateurs pensent de manière périmétrique et n'essaient pas d'être au cœur des échanges » précise **Matthieu Blanc, Chief Data Officer de la Caisse des dépôts**.

... car un décalage persiste entre les ambitions et la réalité du terrain

Aujourd'hui, les cadres dirigeants attendent plus d'actions concrètes et d'accompagnement pour **passer un cap en matière de démocratisation des données**. S'ils sont convaincus que l'utilisation des données doit être une priorité, autant pour réussir leurs missions (63 %) que pour la stratégie interne (59 %), **près de la moitié d'entre eux (48 %) note néanmoins un décalage entre les ambitions de leur organisation et la réalité du quotidien**, qui s'explique entre autres par le fait que les perceptions diffèrent selon le niveau dans la pyramide managériale.

Un contexte confirmant qu'au-delà de la dynamique instaurée autour du partage des données, **des difficultés persistent dans les organisations françaises**. Un constat déjà observé dans la précédente édition de l'observatoire menée auprès des décideurs data, où seules 2 organisations sur 10 étaient véritablement *data-centric*. Pour accélérer et permettre à tous d'accéder aux données, la **création d'un guichet unique** est indispensable. En ce sens, les CDOs ont un rôle fondamental à jouer, en collaboration avec les DSI et les équipes IT, pour diffuser une culture commune de la donnée et créer des usages créateurs de valeur pour tous les métiers.

« Les ressources humaines vont contribuer à la transformation de l'entreprise sur des notions de formation, d'acculturation liée aux données, mais il s'agit avant tout d'une question de stratégie et de moyens. Une organisation ne devient pas Data-centric uniquement en formant ses employés. Les outils, les plateformes, l'intégration des concepts data fabric, data mesh, data product, etc... sont primordiaux » ajoute **Philippe Vincent, Chief Data Officer chez Coface**.

Le sujet de la donnée, dans son usage comme dans son partage, occupe toujours une place centrale au sein des organisations, mais sa pleine démocratisation rencontre encore aujourd'hui de nombreux freins. Pour les dépasser et insuffler une nouvelle dynamique, les décideurs attendent plus d'actions concrètes et d'accompagnement de leur organisation.

« La majorité des organisations a parfaitement saisi aujourd'hui le rôle de la donnée en tant que levier stratégique dans leur transformation digitale. On observe cependant une marge de progression importante

dans son partage à grande échelle, qui reste encore limité dans 67 % d'entre elles. D'ailleurs, seules 8 % des organisations sont équipées de portail de données. L'objectif est donc d'inverser la tendance grâce à un travail de pédagogie et des investissements sur la durée, et de créer ainsi des organisations fortes et agiles, avec une vraie culture commune de la donnée? », conclut Jean-Marc Lazard, CEO et co-fondateur d'Opendatasoft.

Lien vers l'étude complète

*Méthodologie : Enquête réalisée par Odoxa auprès de 431 cadres dirigeants d'organisations publiques et privées de 500 salariés et plus (directeurs de site, de filiale, de département, de BU ou de service), issus d'un échantillon de 6679 salariés, représentatif de la population salariée française. Le terrain s'est fait par internet sur la période du 19 septembre au 7 octobre 2023. Afin d'éclairer les résultats de la phase qualitative, 6 Chiefs Data Officers de grandes organisations ont été interrogés dans le cadre d'entretiens individuels, réalisés par téléphone et en visio.

A propos d'Opendatasoft

La mission d'Opendatasoft est de démocratiser l'accès et les usages de la donnée. L'entreprise propose une plateforme SaaS all-in-one qui permet à toutes les équipes de créer et diffuser rapidement des expériences data sur le digital pour nourrir leurs écosystèmes internes et/ou externes de l'expert-technique au consommateur-citoyen (portails data, visualisations, APIs, etc). 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 350 organisations dans le monde ont ainsi adopté Opendatasoft. Parmi elles, 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.

A propos d'Odoxa

Odoxa est un institut d'études indépendant fondé en 2014, exclusivement spécialisé sur les études d'opinion : sondages sur la société (environnement, services publics, éducation, santé), la politique, l'économie, l'innovation et le numérique. A l'heure de la révolution numérique et du Big Data, ce n'est pas le recueil de la donnée qui compte le plus mais son analyse, sa compréhension et le sens que l'on peut lui donner.

Contacts presse - Kalamari
opendatasoft@kalamari.agency
Lucille Lavigne - 06 98 62 07 92
Mélina Dahmane – 06 58 94 47 82