

Observatoire de la maturité data des entreprises

Île-de-France

01. Objectifs de l'étude	4
02. Partenaires	6
03. Méthodologie	8
Déroulé de l'étude	8
Évaluer sa maturité data	9
Les 5 piliers de la maturité data	10
Les 7 profils de maturité	11
04. Périmètre de l'étude	12
05. État des lieux	14
Les chiffres clés	14
Les grandes tendances	15
Objectifs et freins liés à l'usage des données	17
Quelle est la maturité data des entreprises ?	19
Une marge de progression encore importante sur les 5 piliers de la maturité data	20
06. Résultats par pilier	21
Potentiel data	21
Stratégie data	25
Organisation & Gouvernance	29
Compétence data	34
Culture data	36
07. Recommandations	40
08. Glossaire	43

Édito

La crise sanitaire du Covid-19 a amené nos entreprises à penser différemment l'organisation du travail, le pilotage de l'activité, voire leur modèle économique et leur vision de l'avenir. Aussi, nombre d'entre-elles ont accéléré leur digitalisation, à la fois pour offrir de nouveaux services à leurs clients et pour être plus performantes.

L'enquête menée par BPI France en juillet 2021 « [Les PME remontent la pente](#) » constate que plus de la moitié des entreprises (56%) souhaitent accélérer leur transformation numérique ou au moins la maintenir. En écho, l'enquête « [Le futur c'est maintenant](#) » menée en 2021 auprès de 250 dirigeants par le cabinet de conseil en management Exec Avenue, place le data analyst en troisième position (ex-æquo avec la fonction marketing) comme fonction à renforcer, témoignant de la volonté des entreprises d'évoluer dans des domaines tels que la data, jusqu'alors peu explorés. Parce qu'elle est un facteur à la fois de performance et de durabilité, la Data renforce donc son rôle d'actif clé dans la stratégie de l'entreprise.

En 2020, Datasulting avait lancé sa première édition de l'Observatoire de la Maturité Data en Occitanie avec 170 dirigeants d'entreprises qui avaient joué le jeu en répondant à l'enquête. En 2021, Datasulting a réalisé l'Observatoire de la Maturité Data en Île-de-France en co-pilotage avec Paris & Co. Nous avons fédéré plusieurs partenaires publics et privés, pour toucher le plus grand nombre de chefs d'entreprises du territoire, professionnaliser et pérenniser notre démarche de collecte de données et d'acculturation des entreprises au sujet de l'usage des données.

Cette année, l'enquête a notamment permis de

révéler le faible niveau de maturité des entreprises de la Région Île-de-France en particulier sur les sujets de Culture Data (52% des répondants possèdent une culture data encore fragile) et de Gouvernance (35% des entreprises n'ont pas de responsable data dédié ou chief data officer).

Cette édition a aussi été l'occasion de lancer une [plateforme web](#) qui permet, au-delà de relayer de futures enquêtes et leurs résultats, de vous partager des ressources utiles et enseignements permettant de faire grandir cette fameuse « maturité data » de l'ensemble de l'écosystème des acteurs de l'économie régionale. Vous pouvez également y retrouver le questionnaire d'évaluation de la maturité data, toujours en ligne, vous permettant de mieux cerner vos axes de progression et actions à mener pour que la data soit mise au service de la performance de votre organisation.

À ce jour, l'Observatoire de la Maturité Data est la seule initiative connue en France pour tenter de mieux comprendre et accompagner la connaissance de l'usage de la data dans nos entreprises. Limité aujourd'hui à 3 Régions Île-de-France, Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes), il est amené à se développer dans les années futures avec toujours pour objectif d'identifier les tendances à l'échelle d'un territoire. Ce dispositif est aujourd'hui plébiscité et relayé par de plus en plus d'acteurs publics et privés. Rejoignez-nous si l'aventure vous séduit !

Bonne lecture,

**Gaël PHILIPPE, CEO Datasulting
et pilote de l'Observatoire**

01. Objectifs de l'étude

L'Observatoire de la maturité data des entreprises en Île-de-France a pour objectif de partager des informations pour faciliter et dynamiser l'accompagnement des entreprises franciliennes en s'intéressant à :



La connaissance globale de leur maturité data selon 5 axes : Potentiel Data, Stratégie Data, Organisation & Gouvernance, Compétences Data et Culture Data.



L'analyse des enjeux, des freins, des connaissances et des avancées des entreprises dans leur transformation digitale et dans l'exploitation de leurs données.



La mise en place d'un référentiel stable dans le temps permettant aux acteurs publics et aux accompagnateurs des entreprises de disposer d'un outil de mesure de l'évolution de la maturité des entreprises concernant l'usage de leurs données.



02.

Partenaires

Le pilote



Datasulting, cabinet de conseil spécialisé dans la valorisation des données, accompagne les entreprises dans leur transition digitale, et leur permet d'activer grâce aux data de nouveaux leviers de performance. Son équipe d'experts apporte des solutions sur mesure, adaptées aux enjeux des entreprises et de leurs métiers.

www.datasulting.com

Le copilote



Paris&Co est l'agence de développement économique et d'innovation de Paris et de la métropole. Elle favorise la diffusion de l'innovation à travers l'incubation de plus de 500 startups françaises et étrangères par an, l'expérimentation de solutions innovantes, l'organisation d'événements nationaux et internationaux. Elle développe son activité dans une dynamique d'open innovation en lien étroit avec plus de 100 grandes entreprises et institutions majeures, PME et ETI.

www.parisandco.paris

Les sponsors



EBP est un éditeur français et un acteur historique qui accompagne le succès et la pérennité des TPE et PME : 560 000 entreprises maîtrisent leur croissance avec nos solutions de comptabilité, gestion commerciale ou paie.

www.ebp.com



Créé en 1977, l'IDATE DigiWorld est le think tank leader en Europe de l'économie du monde digital (internet, télécoms, médias, industrie numérique, territoires numériques) qui accompagne ses membres et clients à l'échelle mondiale dans leur transformation digitale à travers trois activités en synergie : Think Tank, Publications Market Intelligence et Consulting.

www.idate.org

Les soutiens



Première école d'informatique en France à avoir été créée par des professionnels, première à avoir obtenu le titre niveau 7 RNCP (Bac+5 certifié par l'État) et résolument engagée auprès des entreprises, l'EPSI accompagne le développement des compétences informatiques depuis presque 60 ans.

www.epsi.fr



L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris met à la disposition des professionnels du tourisme, prescripteurs de la destination, une photothèque riche de plus de 5 000 visuels. Enrichie régulièrement celle-ci vante les atouts de la capitale et présente la ville sous ses multiples atours, du plus classique au plus tendance.

www.parisinfo.com



L'Union Française des Métiers de l'Événement, est l'unique organisation professionnelle représentative de l'ensemble des acteurs de la rencontre professionnelle : organisateurs de foires, de salons, de congrès et d'événements sportifs, gestionnaires de sites d'accueil et prestataires de services.

www.unimev.fr



La CPME est l'unique organisation patronale dédiée aux TPE-PME tous secteurs confondus.

Partenaire social, organisation privée et représentative, la CPME fédère près de 150 000 entreprises employant 3 millions de salariés. Forte d'un réseau de 200 fédérations et syndicats de métiers ainsi que 117 unions territoriales, elle est représentée à Paris par la CPME Paris Ile-de-France.

www.cpmeparisiledefrance.fr



L'Ordre des experts-comptables est l'ordre professionnel regroupant les experts-comptables en France. Il a été créé après la Seconde Guerre mondiale, par l'ordonnance du 19 septembre 1945 et placé sous la tutelle du Ministère de l'Économie, des Finances et du Budget, l'Ordre des experts-comptables a pour vocation de gérer et d'animer le plus grand réseau français de professionnels libéraux au service de l'entreprise. Il est représenté par le Conseil Supérieur de l'Ordre des experts-comptables, siégeant à Paris et composé des présidents des vingt-trois Conseils Régionaux et de membres élus de la profession.

www.experts-comptables.fr

03. Méthodologie



Déroulé de l'étude

Quand ?

L'enquête s'est déroulée sur une période de 4 mois (à compter du 1er avril jusqu'au 31 juillet 2021) par le biais d'un questionnaire en ligne mis à disposition sur la plateforme Eval&Go et a permis d'obtenir les réponses de 179 entreprises en Île-de-France.

Comment ?

Une enquête en ligne de 49 questions portant sur la maturité data des entreprises classifiées suivant 5 axes : Potentiel Data, Stratégie Data, Organisation & Gouvernance, Compétences Data, Culture Data. Ce même questionnaire est également ouvert dans d'autres régions (Occitanie, Auvergne-Rhône-Alpes) dans le but d'étendre l'Observatoire en proposant des indicateurs comparables sur l'ensemble du territoire français. Les résultats de l'enquête sont anonymes et les données sont collectées et traitées dans le respect de la réglementation en vigueur.

Qui ?

Toutes les entreprises qui sont concernées par la valorisation des données peuvent répondre à notre enquête, quels que soient leurs secteurs d'activité et leurs tailles. Toutefois, cette enquête s'adresse en priorité aux décideurs et chefs d'entreprises (PME, ETI).

Et après ?

À l'issue de l'enquête, le répondant bénéficie d'un radar d'évaluation de la maturité data de son entreprise sur les 5 axes ainsi que de premières recommandations illustrées.

49 questions classifiées suivant 5 axes : Potentiel Data, Stratégie Data, Organisations & Gouvernance, Compétences Data, Culture data.

Évaluer sa maturité data

Mais d'abord, la maturité data, c'est quoi ?

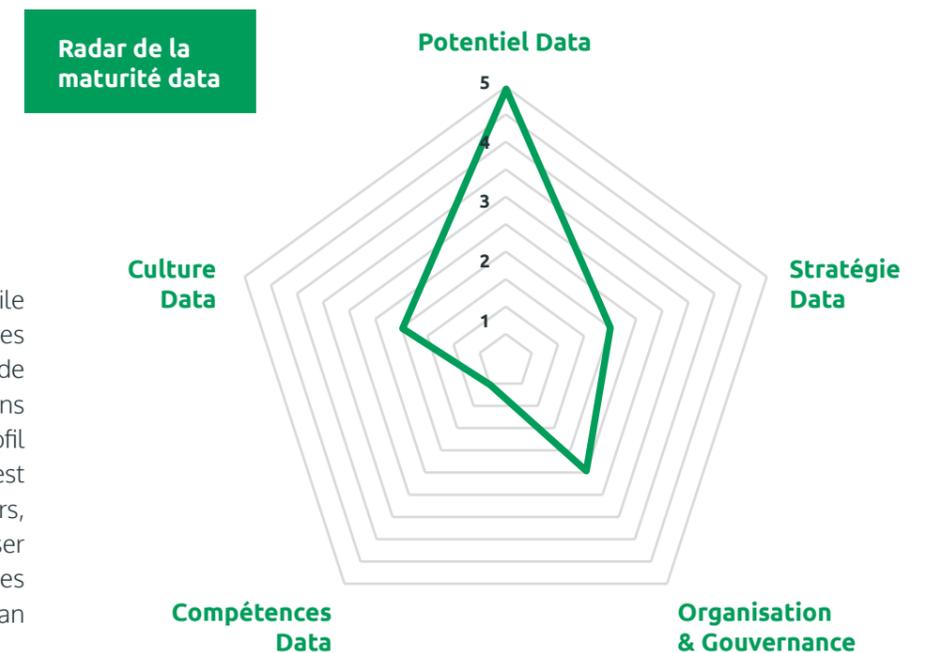
La maturité data d'une entreprise traduit sa capacité, à travers ses moyens, ses compétences, son organisation, à exploiter le potentiel de la donnée pour améliorer la performance globale de l'entreprise à l'aide des données. Déclinée autour de ses 5 axes, la maturité data permet de détecter les points forts et les points d'amélioration de l'entreprise.

Et puis, les Data, qu'est-ce que c'est ?

Data (ou données) : ce sont des informations digitales qu'utilise une entreprise pour automatiser ou numériser des processus. Ces données sont issues de nombreuses sources et notamment les outils numériques (logiciel comptable, ERP, CRM, gestion de la production, des ventes, de la paie, du SAV, etc.), les équipements et capteurs industriels qui sont de plus en plus « connectés » (machines industrielles, sondes, outils de mesures, etc.), ou encore acquises via des fournisseurs de plus en plus nombreux sur le marché (open data, institut de sondage, etc.).

5 piliers pour évaluer la maturité data des entreprises.

Nous avons matérialisé cette toile de maturité data des entreprises pour rapidement évaluer les axes de progression sur la base des questions posées dans l'enquête. Chaque profil de l'échelle de la maturité data est donc évalué sur chacun de ces piliers, nous permettant ainsi de visualiser rapidement sur quels axes il reste des efforts à réaliser pour passer un cran au-dessus.



Les 5 piliers de la maturité data

Le potentiel data

Évalue la richesse et la diversité des données disponibles au sein de l'entreprise afin de déterminer le potentiel de valorisation.

La stratégie data

Évalue la capacité de l'entreprise à créer de la valeur grâce à ses données au travers d'actions mises en œuvre et à venir pour les intégrer dans la stratégie d'entreprise.

L'organisation et la gouvernance

Évalue l'organisation et les règles permettant d'optimiser l'efficacité de la gestion des données dans l'entreprise (processus, rôles, RGPD, cybersécurité, éthique des données).

Les compétences

Évalue les compétences internes et les moyens humains mobilisés pour la valorisation des données dans l'entreprise.

La culture data

Reflète tous les aspects liés à la sensibilité des acteurs de l'entreprise vis à vis de l'usage des données et la connaissance des enjeux.



Les 7 profils de maturité

Lors de la première édition de l'Observatoire 2020 qui couvrait la région Occitanie, nous avons déterminé 7 profils de maturité pour caractériser les entreprises en fonction de leurs actions, moyens et connaissances sur les sujets data. Ces profils sont repris pour cette édition de l'Observatoire en Île-de-France. Il n'y a pas de profil idéal. L'important, c'est que votre maturité data soit en phase avec votre projet et votre stratégie d'entreprise.

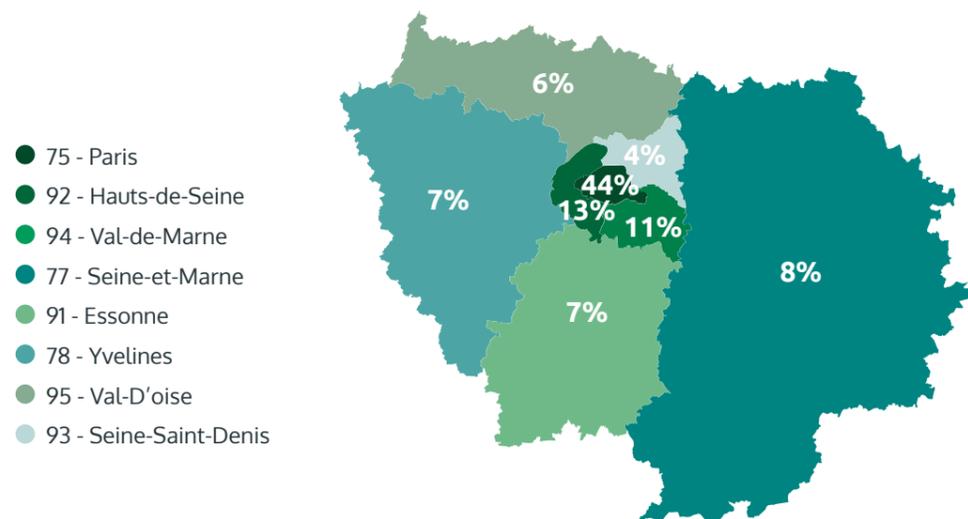
Échelle de la maturité data



04. Périmètre de l'étude

179
répondants

Répartition géographique

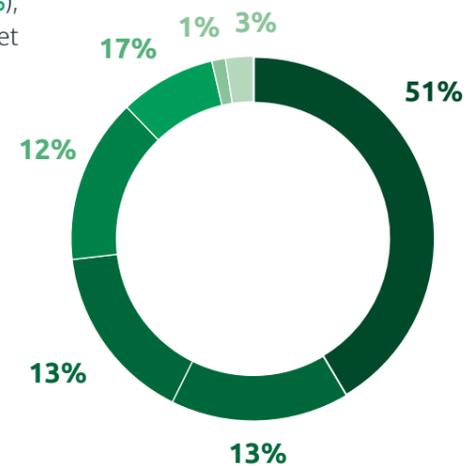


Répartition par secteurs d'activité

Les trois secteurs d'activité les plus représentés : entreprises au service des entreprises (51%), commerces et services aux particuliers (13%) et entreprises du numérique (13%).

Quel est votre secteur d'activité ?

- Autres services aux entreprises
- Commerce et services aux particuliers
- Numérique
- BTP et logistique
- Industrie
- Agroalimentaire
- Autres

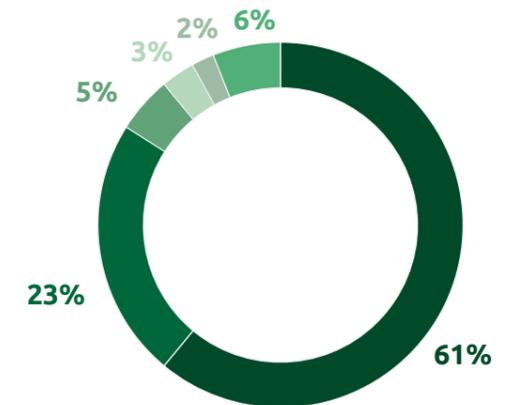


Répartition par taille d'entreprise

84% des entreprises ayant répondu à l'enquête sont des TPE/PME de moins de 50 salariés et 61% ont moins de 10 salariés.

Nombre de collaborateurs dans l'entreprise ?

- < 10
- 10 à 50
- 50 à 100
- 100 à 250
- 250 à 500
- > 500

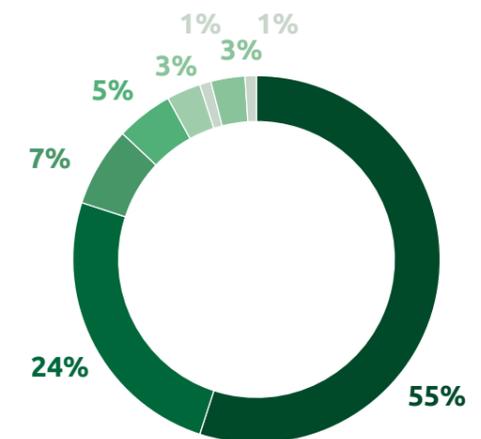


Répartition par chiffre d'affaires

55% des entreprises évaluées ont un chiffre d'affaires inférieur à 1 million d'euros.

Quel est votre CA sur le dernier exercice ?

- < 1M€
- 1 à 5 M€
- 5 à 10 M€
- 10 à 50 M€
- 50 à 200 M€
- 200 à 500 M€
- 500 M€ et plus
- Autres



70% des répondants ont un rôle de dirigeant, les autres répondants assurent des directions métiers (directeur commercial, directeur marketing, directeur des services informatiques, directeur des opérations.)

05. État des lieux

Notre enquête 2021 sur la région francilienne montre que le sujet de la data est perçu comme essentiel pour les entreprises avec **80%** d'entre elles estimant que l'exploitation des données est un facteur d'amélioration de la performance. Derrière ce chiffre, il convient toutefois d'apporter des nuances quant à la manière dont les entreprises se saisissent de la data au sein de leur organisation et pour l'intégrer à leurs activités.

Les chiffres clés

84%

Part des répondants qui sont des TPE/PME de moins de 50 salariés.

35%

Organisation & Gouvernance

Part des répondants indiquant que leur entreprise n'a pas affecté clairement la responsabilité des projets data à une personne.

59%

Potentiel data

Part des répondants indiquant que leur entreprise dispose d'un historique de données de plus de 3 ans.

34%

Compétences data

Part des répondants déclarant que leur entreprise dispose des compétences internes nécessaires pour analyser et valoriser les données d'entreprise.

80%

Stratégie

Part des répondants estimant que l'exploitation de la donnée peut améliorer la performance de leur entreprise.

data

67%

Culture data

Part des répondants indiquant que le niveau de sensibilisation des collaborateurs est très faible au sein de leur entreprise.

Les grandes tendances

Une sensibilisation à renforcer

Un premier constat souligne que le niveau de connaissance des thèmes liés aux données (big data, intelligence artificielle, BI/décisionnel, etc.) est jugé comme faible pour près de **52%** des répondants. À cela s'ajoute un faible niveau de sensibilisation des collaborateurs aux enjeux de la donnée (**34%** proche de 0). Certes, **34%** des entreprises déclarent chercher à se former sur la data, toutefois il sera nécessaire de renforcer l'arsenal sensibilisation-formation pour répondre aux enjeux que représente la data comme levier de performance de l'entreprise.

Des compétences data encore peu présentes

34% des répondants indiquent avoir les compétences en interne pour analyser et valoriser les données de l'entreprise. Quelques intitulés de profils sont avancés par un peu moins des deux tiers des répondants, les principaux étant : analyste de données (**27%**), responsable de la sécurité des systèmes d'information (**21%**), ingénieur data (**18%**), manager data (**16%**) ou encore data scientist (**14%**). Toutefois, pour la majorité des répondants, ces profils ne sont pas présents au sein de l'entreprise.

Seul **9%** des répondants déclarent chercher à recruter, ce qui est en soi un résultat assez faible. Les résultats sur le détail des profils à recruter est malheureusement peu exploitable d'un point de vue statistique en raison du faible nombre de réponses apportées à la question. Toutefois, on pourra retenir un intérêt exprimé pour le profil data scientist et le profil d'analyste de données.



Un réel potentiel data à mieux exploiter

Les répondants sont majoritairement conscients du volume de données généré par leur entreprise. Pour un peu plus de **30%** des répondants, ce volume est même important. Ils sont également près de **60%** à déclarer disposer d'un historique de données exploitables de plus de 3 ans. Toutefois, seuls **20%** des répondants ont une activité de suivi de la qualité des données et **27%** déclarent une intention de s'améliorer sur le sujet. Mais pour **44%** des répondants, aucune activité spécifique autour du suivi de la qualité des données n'est engagée.



Des efforts à fournir pour sécuriser et développer les usages de la donnée en entreprise

Nous constatons également que la gouvernance data de l'entreprise reste un réel point d'amélioration pour la majorité d'entre elles. Cinq éléments viennent appuyer nos propos :

- Seulement **23%** des répondants ont totalement sécurisé leur système d'information et **43%** déclarent avoir engagé des démarches pour améliorer le niveau de sécurisation ;
- Seulement un quart des répondants (**27%**) des répondants TPE/PME sont en conformité avec le RGPD et **31%** ont engagé des démarches en ce sens ;
- **34%** des répondants TPE/PME montrent un intérêt pour un label de confiance ;
- la fonction de Chief Data Officer est présente dans un quart des entreprises (**16%**) et pour **35%** d'entre elles, il n'y a pas de responsable désigné.

Objectifs et freins liés à l'usage des données

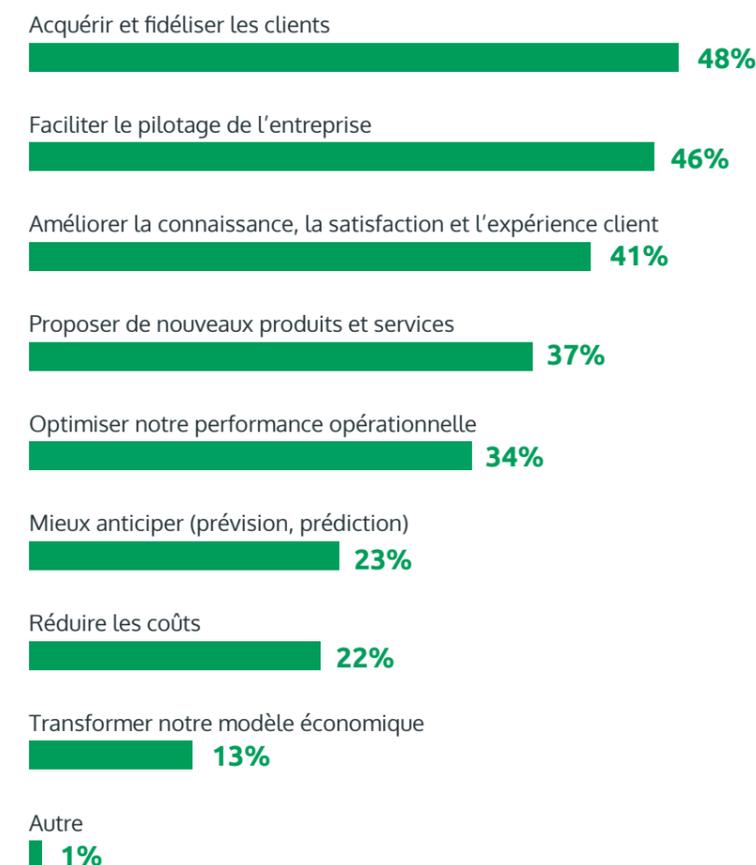
Des objectifs « business as usual »

Cinq objectifs prioritaires ressortent des réponses apportées par les entreprises : acquérir et fidéliser les clients (**48%**) ; faciliter le pilotage de l'entreprise (**46%**) ; améliorer la connaissance, la satisfaction et l'expérience client (**41%**) ; proposer de nouveaux produits et services (**37%**) ; optimiser la performance opérationnelle (**34%**).

Pour les répondants, la data va permettre une amélioration de l'existant. Les entreprises vont pouvoir développer leur activité et améliorer leur performance globale.

Pourtant la maîtrise et l'exploitation des données peut transformer les modèles économiques. Ce sont seulement **13%** des répondants qui affichent cet objectif de transformation. On reste donc ici principalement dans une perception de la donnée s'inscrivant dans une vision «business as usual» davantage que de «rupture».

Quels sont les objectifs prioritaires pour lesquels vous pensez que la donnée peut vous aider ?



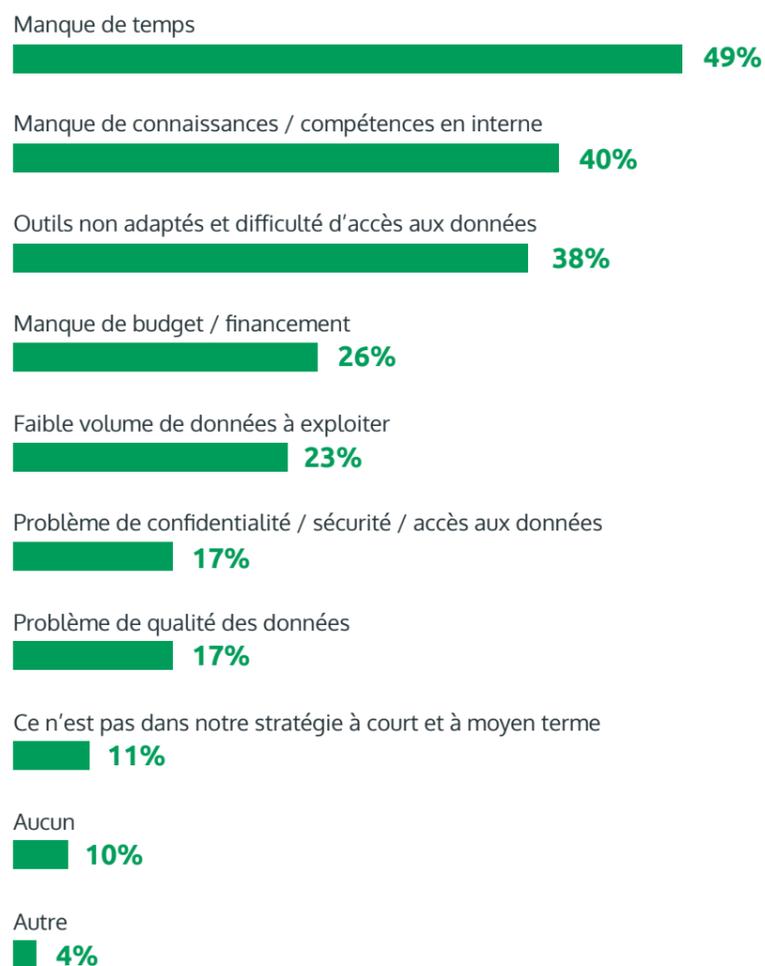
Un passage à l'action freiné par une faible culture data

Sans surprise, le manque de temps (pour **49%** des répondants) arrive encore en tête des principaux freins à l'exploitation des données en entreprise. Ce résultat peut être rapproché avec le profil majoritaire des répondants (dirigeants à **70%**) mais aussi des deux autres freins principaux identifiés, à savoir le manque de connaissances et de compétences en interne (**40%**) et le manque de maîtrise des outils associés à la gestion et l'exploitation de la data (**38%**). Cela traduit toute la complexité du sujet de la data pour les entreprises.

Les répondants sont certes conscients de l'importance des données pour la performance de leur entreprise mais ils ne disposent pas encore des capacités pour en tirer pleinement profit.

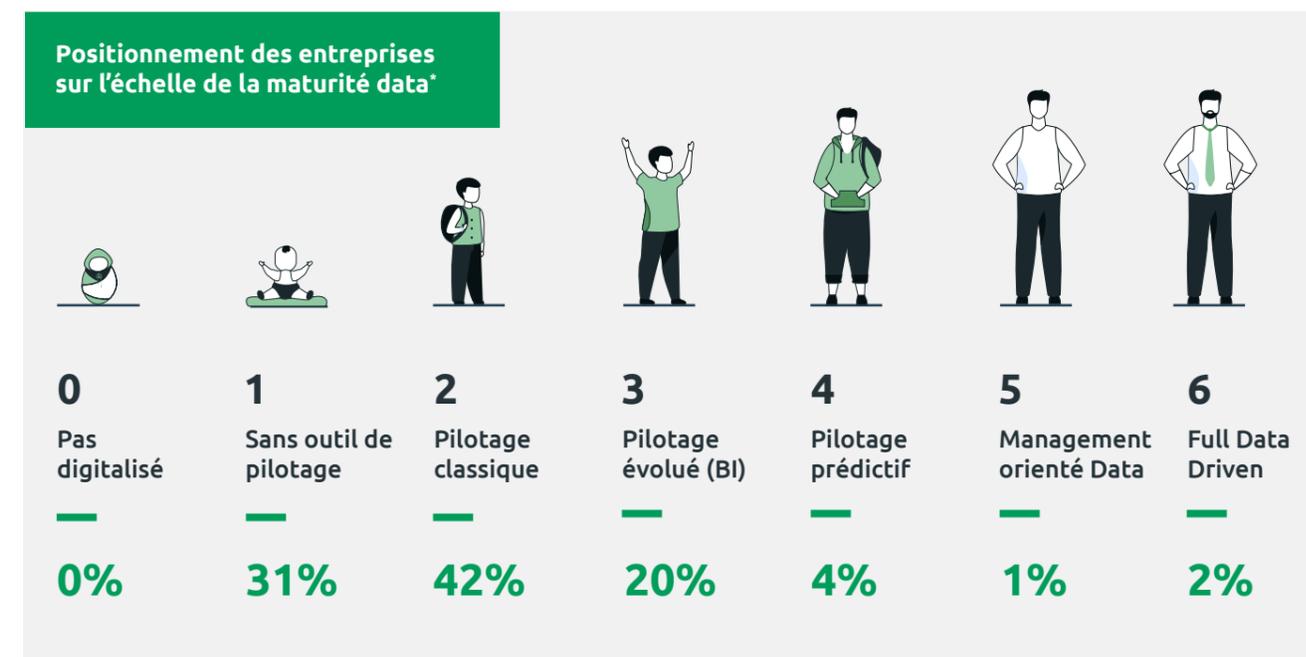
Enfin, il convient de prendre en compte le manque de budget ou de financement pour accompagner le développement d'actions en faveur de la data qui représente un frein pour un peu plus d'un quart des répondants.

Quels sont les principaux freins à l'exploitation des données dans votre entreprise ?



Quelle est la maturité data des entreprises ?

Toutes les entreprises sont concernées par le processus de digitalisation. Un tiers d'entre-elles utilisent uniquement Excel ou Google Sheet pour piloter leur activité. **69%** ont mis en place des outils de pilotage via des outils de visualisation des données ou des logiciels métier. Seules **7%** des entreprises ont une maturité data suffisante pour passer le cap du pilotage prédictif impliquant des compétences en data science.

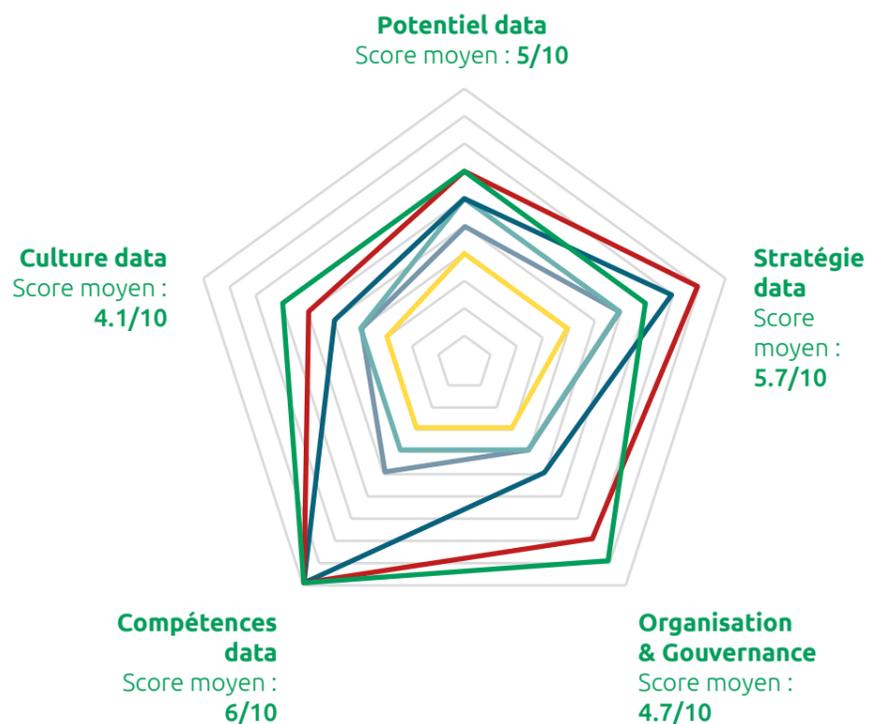
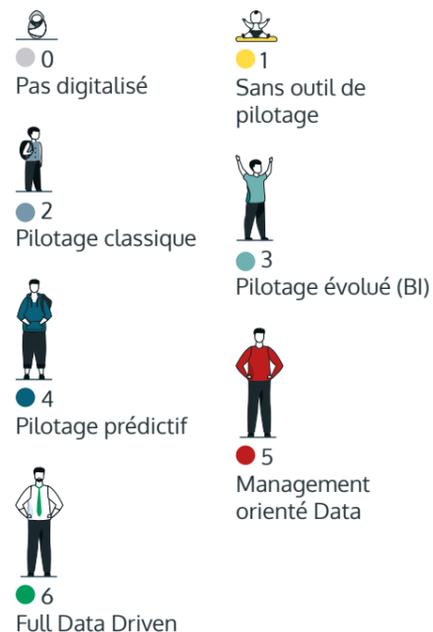


*8 réponses « inconnu » n'ont pas été intégrées dans la ventilation de l'échelle de maturité data, elles représentent 4%.

Une marge de progression encore importante sur les 5 piliers de la maturité data

Au regard des scores moyens constatés pour chaque pilier, il apparaît clairement que les entreprises répondantes ont encore de nombreuses actions à mener sur chacun des axes pour faire évoluer leur maturité data.

La Culture data et la Gouvernance data sont les parents pauvres de notre évaluation de la maturité data. Un constat en cohérence avec les freins évoqués plus haut : le manque de connaissances, de compétences et d'organisation (accès aux données, outils).



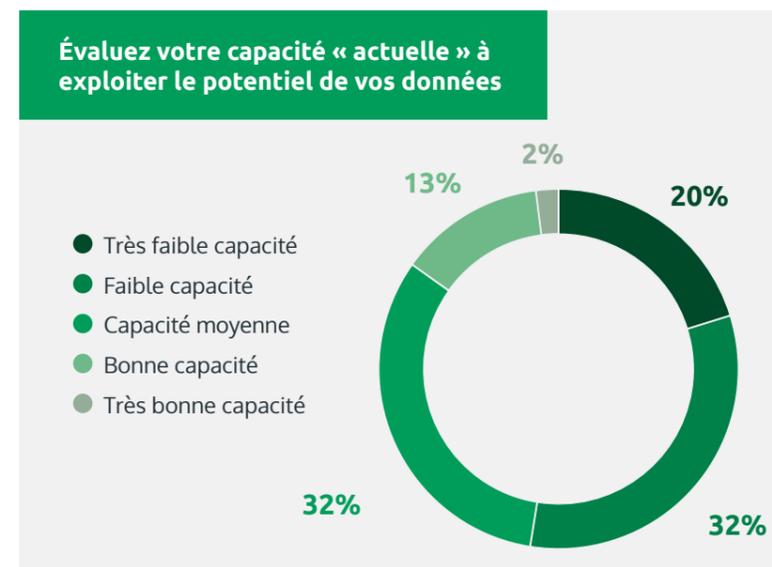
06. Résultats par pilier

Afin d'apporter un éclairage plus complet sur les résultats de l'enquête, nous avons détaillé l'analyse par pilier de la maturité data : Potentiel data, Stratégie data, Organisation & Gouvernance, Compétences data et Culture data.

Potentiel data

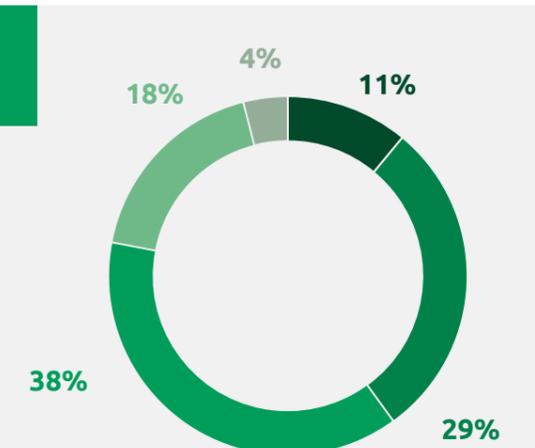
Un potentiel encore inexploité

Seuls **15%** des répondants estiment être en capacité d'exploiter le potentiel de leurs données. À contrario, **52%** des répondants n'ont pas cette capacité. De la même façon, ils ne sont que **22%** à estimer avoir un système d'information performant. On mesure les efforts à mener pour mieux tirer parti de la valorisation des données au sein des entreprises.



Si vous deviez évaluer la performance de votre système d'information actuel, quelle note donneriez-vous ?

- Pas du tout performant
- Peu performant
- Moyennement performant
- Assez performant
- Très performant



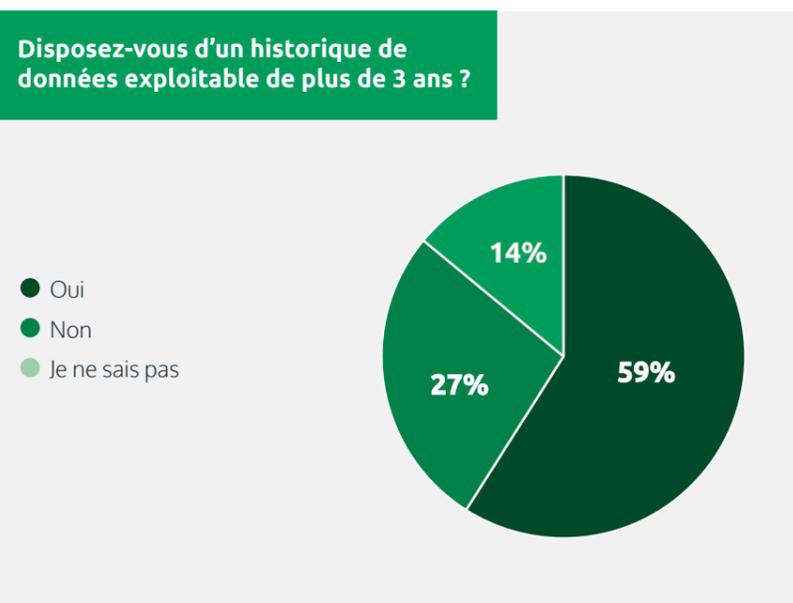
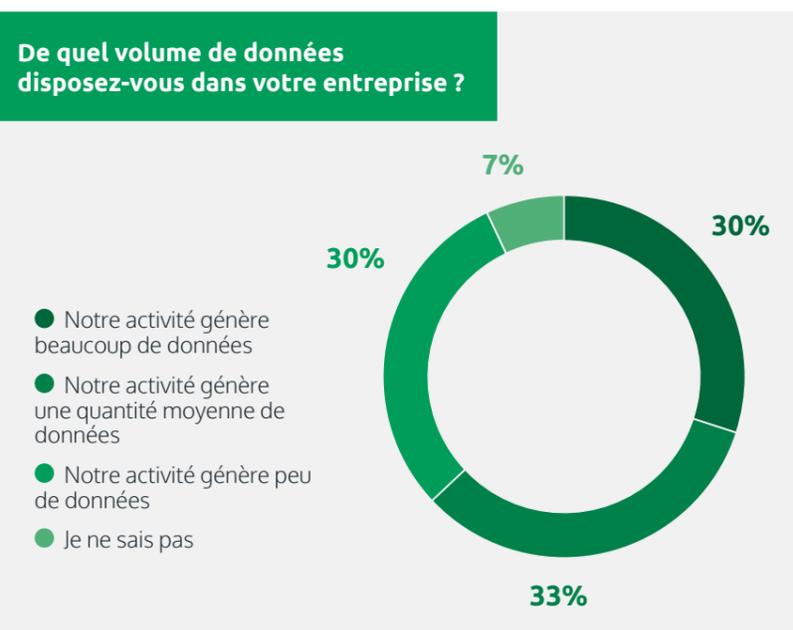
Un potentiel méconnu

L'analyse du potentiel data peut être affinée à partir de l'examen des questions : quels sont les volumes de données disponibles ? De quel historique data, l'entreprise dispose-t-elle ? Quels types de données sont exploitables dans l'entreprise ?

Seuls **30%** des répondants déclarent que leur entreprise détient un grand volume de données généré par leur activité. Cette notion de «volume» reste encore floue pour un grand nombre de décideurs et est souvent relative au niveau de maturité, les plus matures en désirent toujours plus !

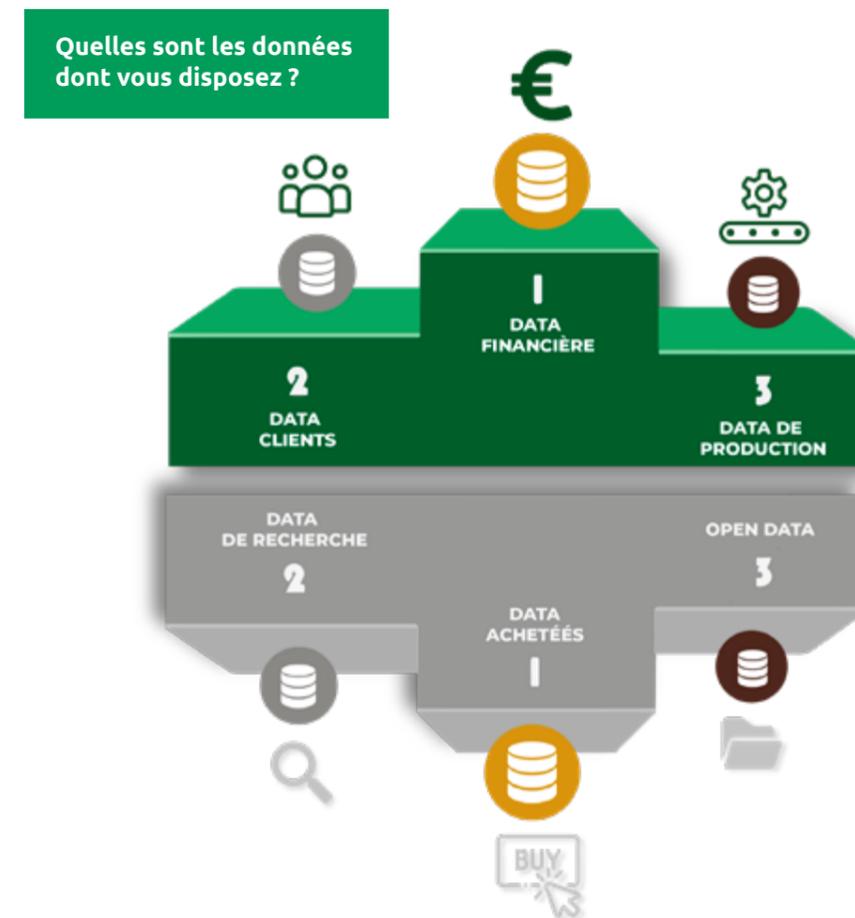
On peut déjà en conclure qu'une grande majorité d'entreprises accumule des données depuis sa création, sans pour autant en maîtriser les usages ni les exploiter au profit de leur performance.

59%
des entreprises affirment avoir un historique de données de plus de 3 ans.



Une sous-exploitation des données externes

On remarque sans surprise que les données financières, clients et celles liées à la production sont les plus répandues et utilisées dans les entreprises. Les données financières apparaissent comme la catégorie générant le plus de volume dans les entreprises. Seules **5%** déclarent ne pas disposer de données dans ce registre. Les données clients apparaissent également comme génératrices de beaucoup de données pour **40%** des entreprises. Toutefois, encore **14%** des entreprises indiquent ne disposer d'aucune donnée clients. Enfin les données liées aux processus et à la production s'inscrivent dans le patrimoine data des entreprises, en volume conséquent pour **31%** d'entre elles. À l'inverse, les données de type open data, de recherche ou achetées sont les laissées pour compte ! À ce jour ces usages de données « externes » à l'entreprise sont encore bien trop méconnus et nécessitent souvent une compétence particulière afin de retraiter ces données et de les exploiter.



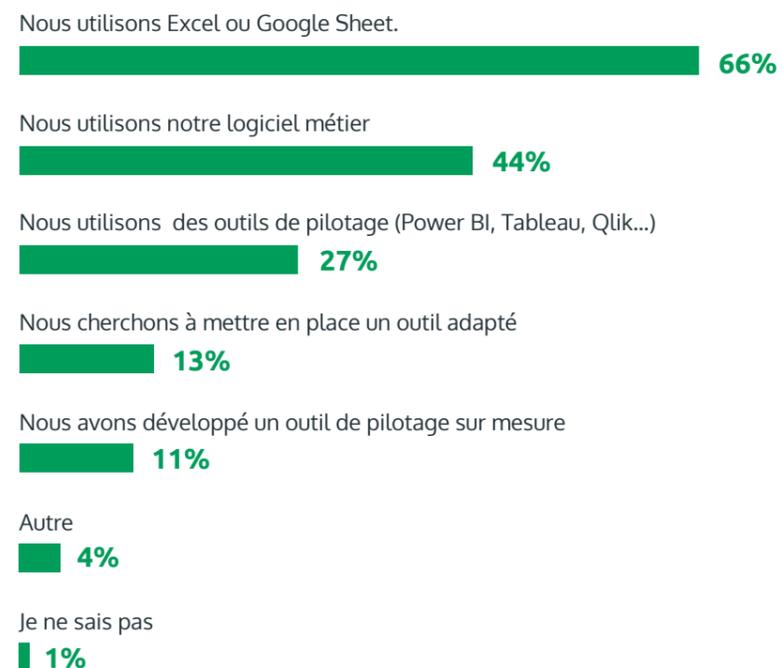
Un pilotage encore très manuel

Avec **66%** des réponses, Excel et Google Sheet sont les outils les plus utilisés pour gérer, exploiter et piloter les données. Nous constatons que les outils décisionnels sont encore méconnus et faiblement déployés malgré un effort de plus en plus marqué des éditeurs pour rendre ces outils accessibles à la fois techniquement et financièrement.

Nous observons également que de nombreuses entreprises disposent d'outils de BI ou de logiciels métiers avec des fonctionnalités de pilotage mais que ces outils sont peu ou mal exploités.

Pour en savoir plus sur les solutions décisionnelles, [téléchargez notre livre blanc.](#)

Quels outils utilisez-vous pour piloter votre activité ?

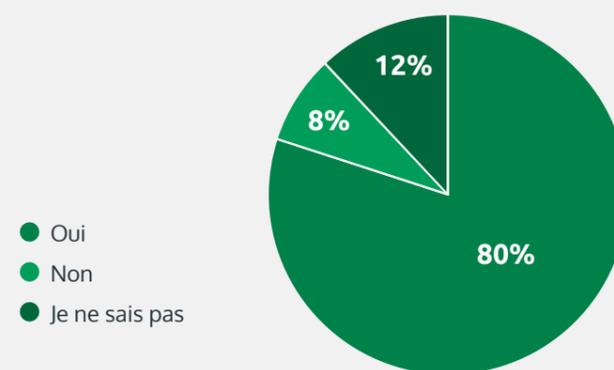


35%
des entreprises centralisent leurs données dans un entrepôt de données.

Bien souvent, les entreprises disposent de données dans des sources disparates et en silos ne permettant pas de les croiser facilement. Un entrepôt de données permet de faciliter le croisement de ces data de manière simple pour répondre à des questions «transversales».

Stratégie data

Pensez-vous que l'exploitation des données disponibles dans votre entreprise peut améliorer sa performance ?



80%
des répondants estiment que l'exploitation des données peut améliorer la performance de leur entreprise.



Des intentions qui se lisent dans la vision stratégique mais qui restent encore à traduire en actions

Si **80%** des entreprises estiment que l'exploitation des données peut améliorer la performance de leur entreprise, il y a encore **38%** qui n'ont initié aucune réflexion stratégique ni même engagé d'action pour mieux exploiter leurs données.

Il est clair que le manque de connaissance (voir plus loin dans Culture data) impacte la vision et les actions déployées. Si la data est un levier d'amélioration de la performance, ce levier n'est peut être pas toujours qualifié de prioritaire par les entreprises.

Si vous ne savez pas par où commencer, le conseil que nous vous donnons est de réaliser un travail de recueil de vos besoins métier et de les prioriser. Ne foncez pas tête baissée sans prendre ce temps de recul et de réflexion qui vous aidera à y voir plus clair.

Où en êtes-vous dans l'exploitation stratégique de vos données ?

Nous avons identifié nos besoins et nous les avons priorisés **28%**

Nous avons fait un état des lieux de nos moyens et compétences internes **23%**

Nous avons défini une architecture et une infrastructure des données **20%**

Nous avons identifié les outils les plus adaptés à nos besoins **20%**

Nous avons établi un plan d'action chiffré **7%**

Je ne sais pas **7%**

Rien de tout ça **38%**

Lorsque nous interrogeons les entreprises sur les actions prévues pour l'année à venir, **70%** d'entre elles vont travailler à une meilleure exploitation de leurs données. D'abord en retravaillant leurs processus (**42%**), puis en mettant en place les bon outils (**35%**), et enfin et repensant l'organisation (**27%**) et en travaillant sur les compétences (**21%**). A noter qu'encore 1/3 des entreprises n'ont encore rien planifié dans les 12 mois à venir.

Lorsque l'on sait l'importance des bonnes personnes et d'une bonne organisation pour favoriser la réussite d'un projet, il nous paraît regrettable que ces deux items arrivent en dernière position. Ce sont des aspects qui sont encore trop souvent pris en compte a posteriori des projets mais qui pourraient pourtant vous faire gagner un temps précieux.

Quelles actions avez-vous prévues pour tirer profit de vos données dans les 12 prochains mois ?

Nous projetons de mettre en place un (des) outil(s) / solution(s) numérique(s) **35%**

Nous projetons de travailler sur nos processus **42%**

Nous allons former et/ou recruter **21%**

Nous allons retravailler notre organisation **27%**

Autre **5%**

Rien de tout ça **30%**

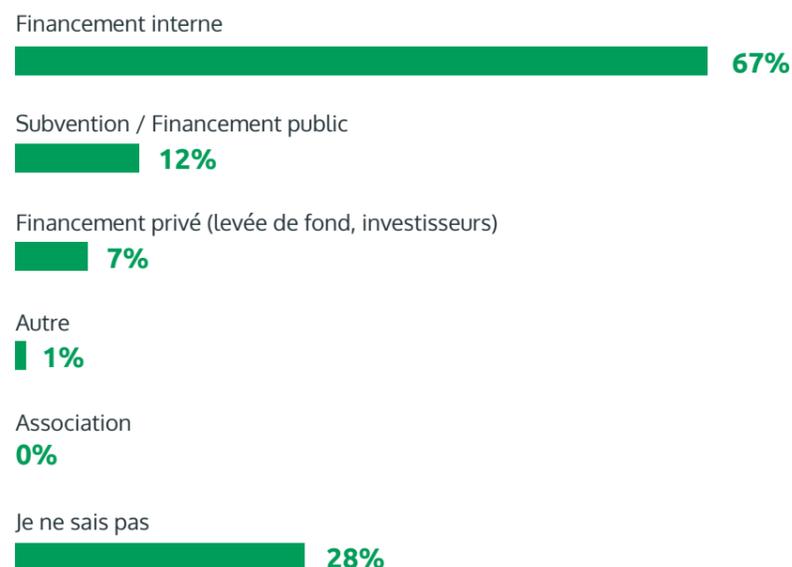
32%
des répondants sont ouverts à des solutions innovantes issues de jeunes start-up.



Des opportunités de financement à explorer

Le manque de budget et de financement est un des freins mentionné par les répondants. Pour près des deux tiers des entreprises qui se sont exprimées sur cette question, c'est le financement interne qui est envisagé pour donner vie aux projets d'exploitation des données (67%). Les autres sources de financement, notamment les subventions / financements publics restent marginales (12%). Pourtant les organismes publics multiplient les propositions pour accompagner la croissance des entreprises françaises sur ces sujets. Renseignez-vous auprès de la BPI ou de vos organismes régionaux !

Quel serait votre moyen de financement de ces actions ?

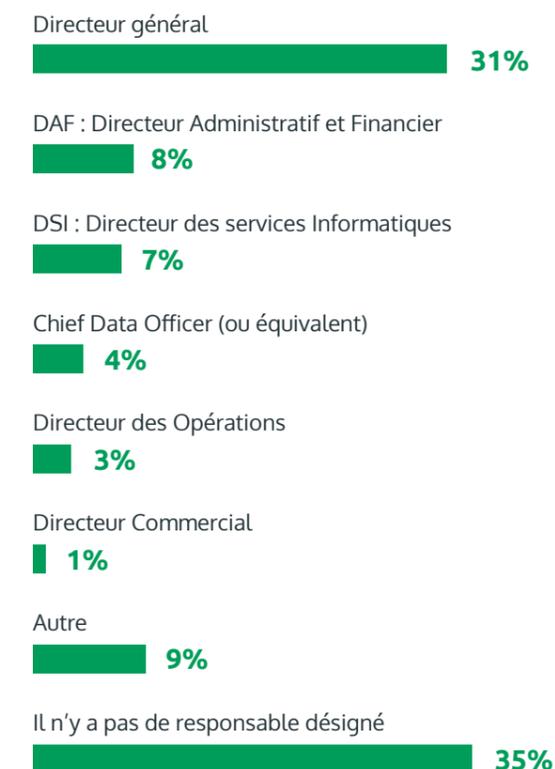


Organisation & Gouvernance

Des rôles et des responsabilités à clarifier

Si 35% des entreprises déclarent ne pas avoir de responsable désigné, dans la grande majorité des cas, la responsabilité des projets data incombe principalement au directeur général (31%). Le DAF (8%) et le DSI (7%) sont les deux autres fonctions les plus impliquées. Pour une très faible minorité d'entreprises, cette responsabilité est entre les mains du Chief data officer (4%). Un résultat qui n'est pas surprenant compte tenu de la taille réduite de nombreuses PME et donc de la difficulté à monter des équipes dédiées aux projets data. Au-delà de 50 salariés, la taille de l'entreprise permet de structurer davantage et la fonction de Chief data officer prend tout son sens, d'autant que l'exploitation des données peut et doit s'accompagner d'une réflexion autour de l'organisation.

Dans votre entreprise, qui est responsable des projets data ?

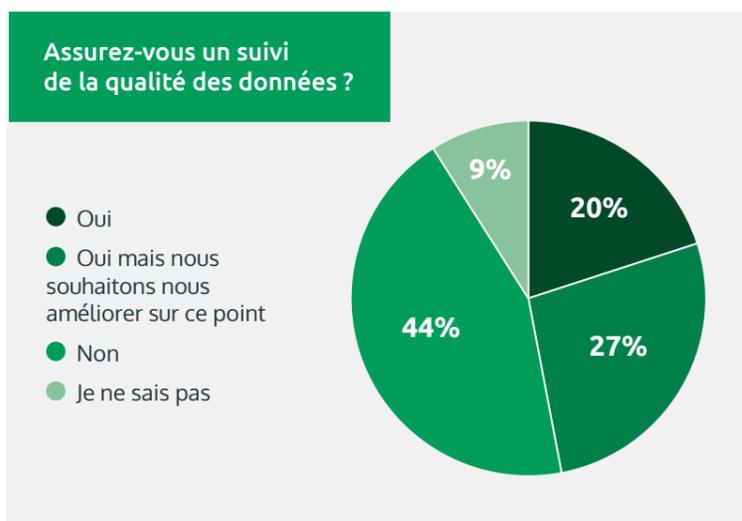


31%
des répondants positionnent le Directeur général en responsabilité sur les projets data.

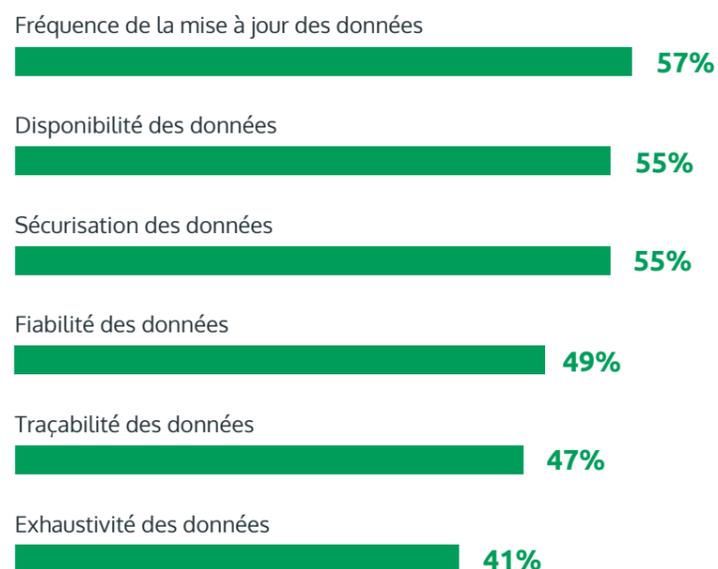
La qualité des données, une préoccupation qui devrait être partagée par tous

La qualité des données est un enjeu majeur pour toute entreprise souhaitant exploiter ses données. Pourtant, moins de la moitié d'entre elles assurent un suivi de la qualité de leurs données (47%). C'est bien souvent trop tard que les entreprises identifient le besoin de travailler sur ce sujet. Elles se retrouvent alors confrontées à des difficultés de valorisation des données en raison de données erronées, de doublons, de données manquantes, etc. Une gouvernance efficace de la donnée doit intégrer ce suivi en définissant la responsabilité de ce travail au sein des équipes.

1 entreprise sur **2** indique procéder à un suivi de la qualité de la donnée.

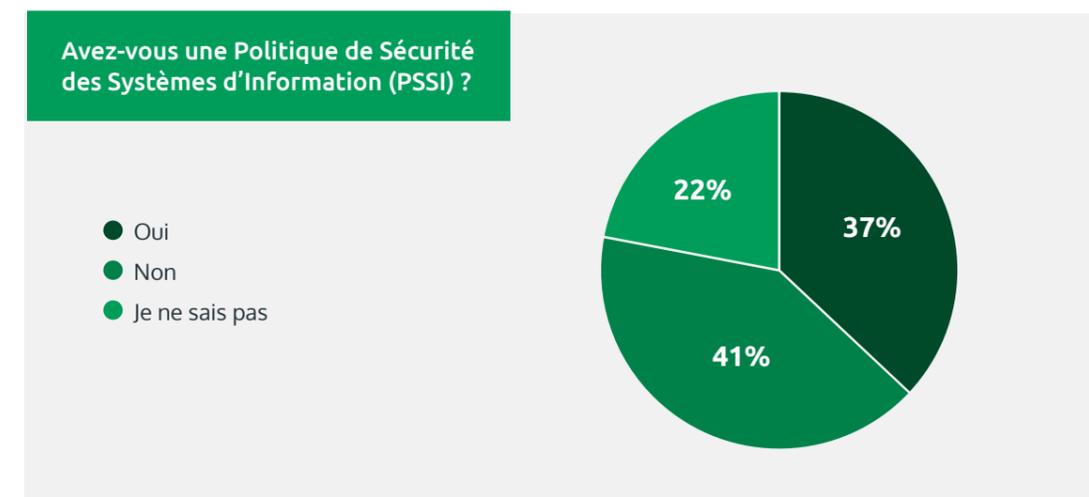
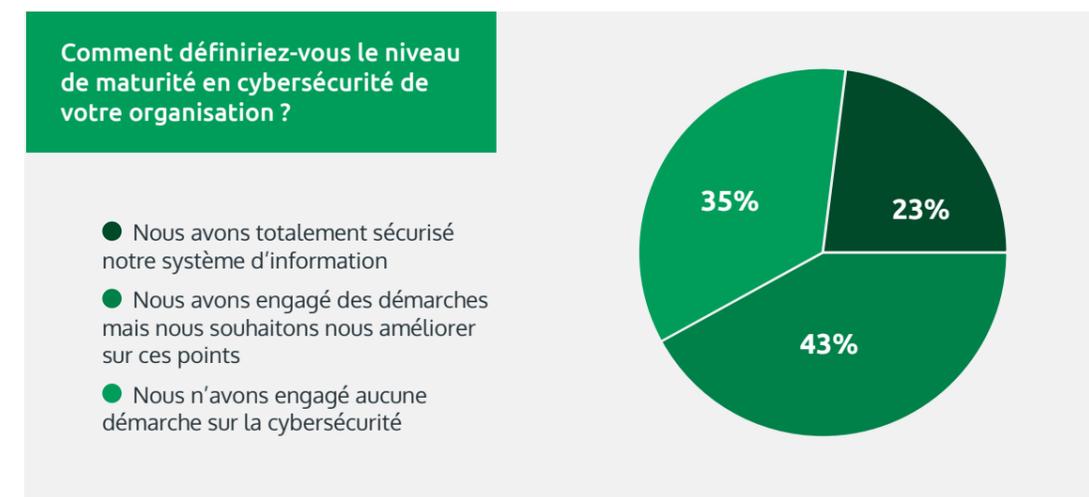


Sur quel aspect de la qualité des données souhaitez-vous vous améliorer ?



Sécurité des données : nos entreprises jouent avec le feu

Les chiffres de cette enquête montrent que beaucoup de répondants ne sont pas à l'aise avec les sujets de la cybersécurité et du RGPD (Règlement général sur la protection des données) et que certains n'ont pas encore considéré ces sujets comme une priorité. Ces thématiques sont souvent vécues comme des contraintes pour le chef d'entreprise car elles ne sont pas considérées comme génératrices de valeur. Malgré les attaques à répétitions et les failles de sécurité régulièrement relayées dans l'actualité, c'est moins d'un quart des entreprises qui ont totalement sécurisé leur système d'information (23%) et 35% qui n'ont pas encore engagé de démarche autour de la cybersécurité et 63% d'entre eux n'ont pas mis en place ou ne savent pas si une PSSI (Politique de Sécurité des Systèmes d'Information) a été mise en place dans leur entreprise.



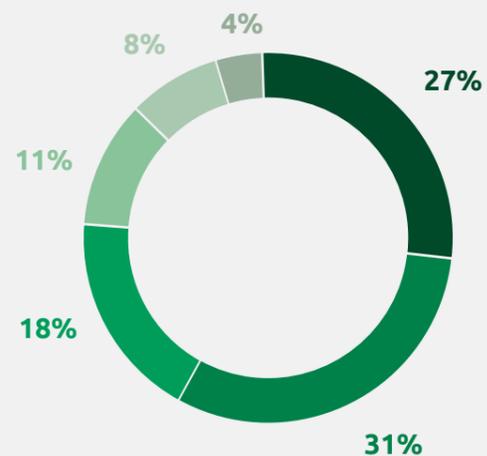
RGPD : une réglementation encore très peu appliquée

Seulement un quart des entreprises interrogées ont déployé les actions réglementaires de mise en conformité au RGPD (27%). Parmi les entreprises ayant initié des démarches, 59% d'entre elles ont nommé un DPO (Délégué à la Protection des Données). La taille des entreprises a bien souvent un impact sur les questions de sécurité et de réglementation RGPD, les grandes PME étant généralement plus avancées.

41%
des entreprises n'ont initié aucune démarche de mise en conformité au RGPD.

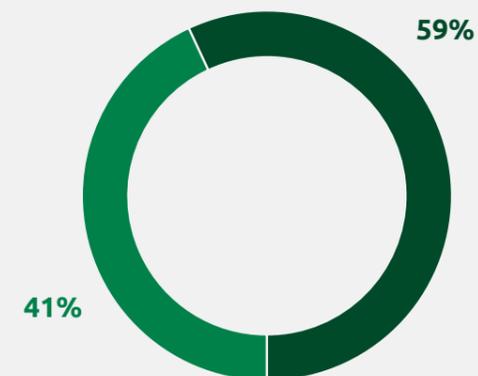
Comment évaluez-vous votre conformité au RGPD (Règlement Général de Protection des Données) ?

- Nous avons mis en œuvre les actions de mise en conformité et nous avons documenté notre conformité (registres, politique, procédures)
- Nous avons commencé des démarches sur ce sujet
- Nous avons été sensibilisés aux enjeux du RGPD mais nous n'avons rien mis en œuvre chez nous à ce jour
- Nous connaissons mais nous n'en voyons pas l'intérêt
- Nous ne connaissons pas ce règlement
- Je ne sais pas



Avez-vous désigné un DPO (délégué à la protection des données) en interne sur les sujets RGPD et traitement des données personnelles ? (Parmi les entreprises ayant initié des démarches RGPD)

- Oui
- Non

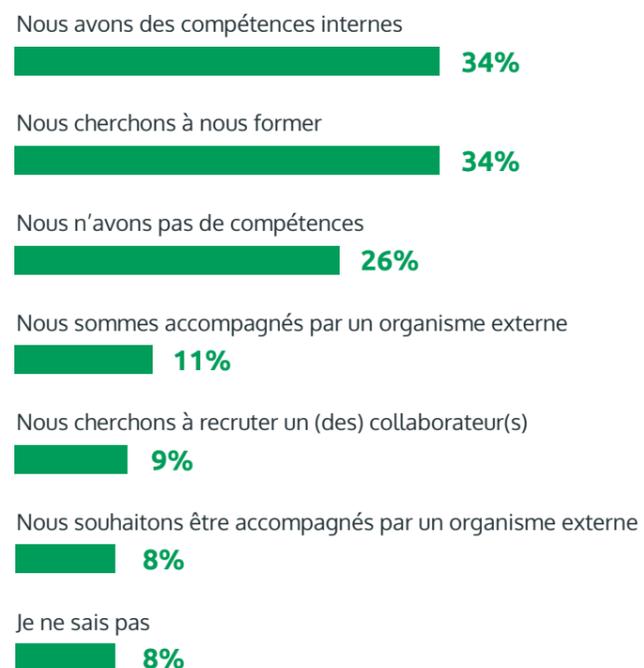


Compétences Data

Des métiers rares sur le marché et encore flous pour les entreprises

Ce chiffre peut paraître faible, eu égard à l'importance de la donnée pour améliorer la performance de l'entreprise. Le profil des répondants nous permet d'expliquer ce phénomène. Les TPE/PME ne disposent pas toujours des ressources et de la maturité nécessaires pour embaucher des profils de data scientist ou d'ingénieur data. La solution pour ces organisations : le développement des compétences déjà présentes dans l'entreprise via de la formation (34%) ou encore l'accompagnement par des prestataires externes (11% des répondants sont déjà accompagnés, 8% souhaiteraient l'être).

Avez-vous des compétences pour analyser et valoriser vos données ?

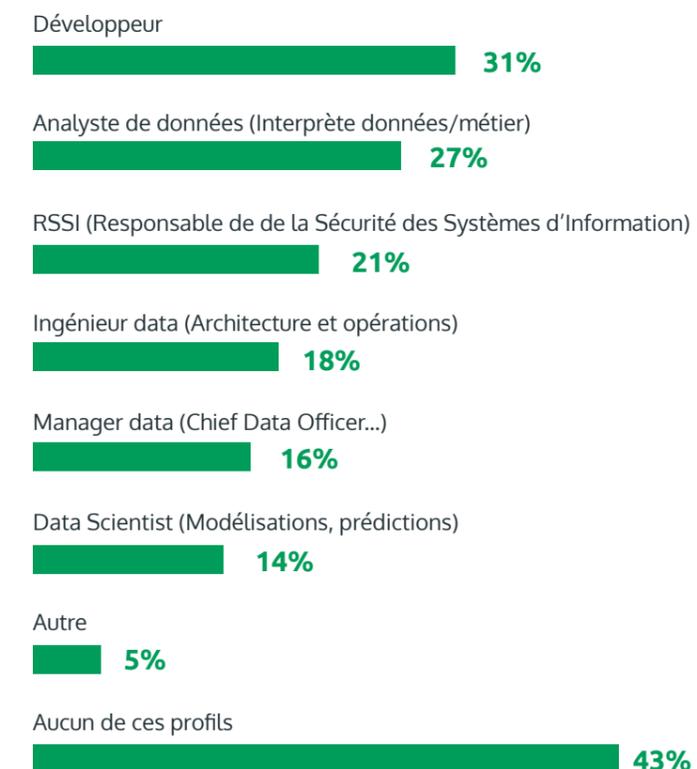


9%
des entreprises
souhaitent recruter

Pour les entreprises qui disposent de compétences data en interne, nous constatons que le profil de développeur est le plus représenté (31%), suivi par l'analyste de données (27%). Les profils de spécialistes de la data (ingénieur data, manager data, data scientist) restent encore minoritaires. Des métiers qui par ailleurs restent encore très vagues pour beaucoup de décideurs. Avant d'exprimer une volonté de recrutement, encore faut-il comprendre le rôle et la valeur ajoutée de ces profils. Si l'on s'intéresse aux profils recherchés par les entreprises, la tendance s'inverse et c'est le profil de data scientist qui est le plus demandé (à nuancer car exprimé par la faible part des entreprises qui cherchent à recruter).



Quels sont les profils dont vous disposez ?



Culture Data

Une culture Data encore fragile

Plus de la moitié des répondants (52%) possède une culture data encore fragile et ne détient pas encore les connaissances nécessaires pour enclencher des actions au sein de leur entreprise.

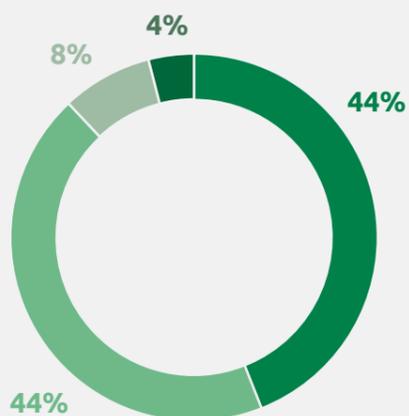
52%
des répondants possèdent une culture data encore fragile.

Pour 34% des répondants, le niveau de sensibilisation des collaborateurs est proche de 0 ! Plus généralement, ce sont 67% des répondants qui ont encore un niveau d'acculturation très faible sur le sujet. On mesure les marges de progression en matière de sensibilisation, d'acculturation et de formation. Le travail sur la culture data est une première étape clé dans la valorisation des données. C'est un véritable accompagnement des équipes pour les amener à acquérir les compétences et les réflexes nécessaires à l'aboutissement des projets data.

67%
des collaborateurs des entreprises ont un niveau faible de sensibilisation aux sujets data.

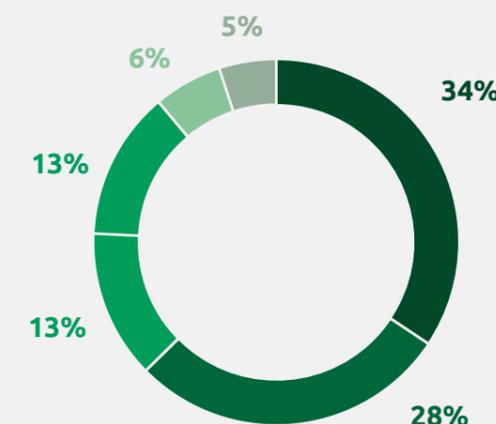
Comment évaluez-vous votre niveau de connaissances sur les thèmes liés aux données (Big data, Intelligence Artificielle, BI / Décisionnel...)?

- Je suis un expert
- Je connais, je sais en parler
- J'en entends parler mais je ne sais pas définir les termes
- Je n'ai pas de connaissance sur le sujet



Quel est, selon vous, le niveau de sensibilisation de vos collaborateurs aux enjeux de la donnée dans votre entreprise ?

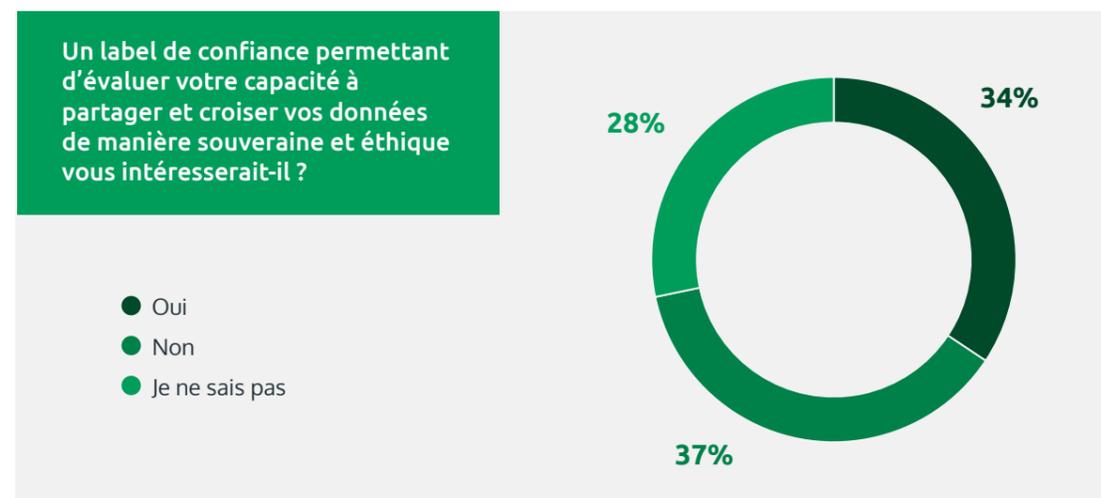
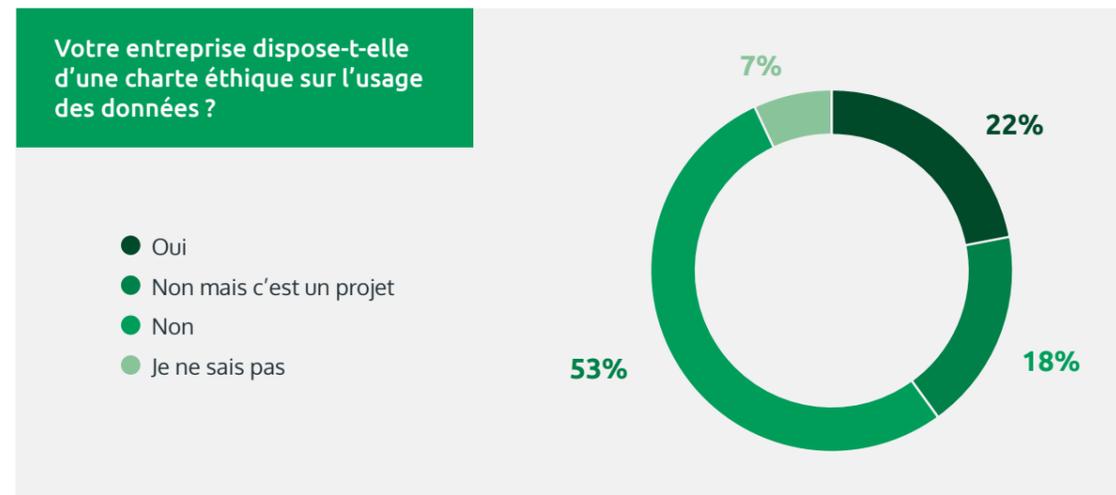
- Proche de 0, nous n'en parlons pas du tout aujourd'hui !
- Nous commençons à partager des informations sur le sujet (articles, vidéos, ..)
- Nous avons formé nos collaborateurs autour des usages et/ou des outils en lien avec les données
- Nous avons mis en place des actions de sensibilisation valorisant l'usage des données pour nos métiers
- Nous intégrons la Data dans toutes nos réflexions et avons structuré cette acculturation interne
- Je ne sais pas



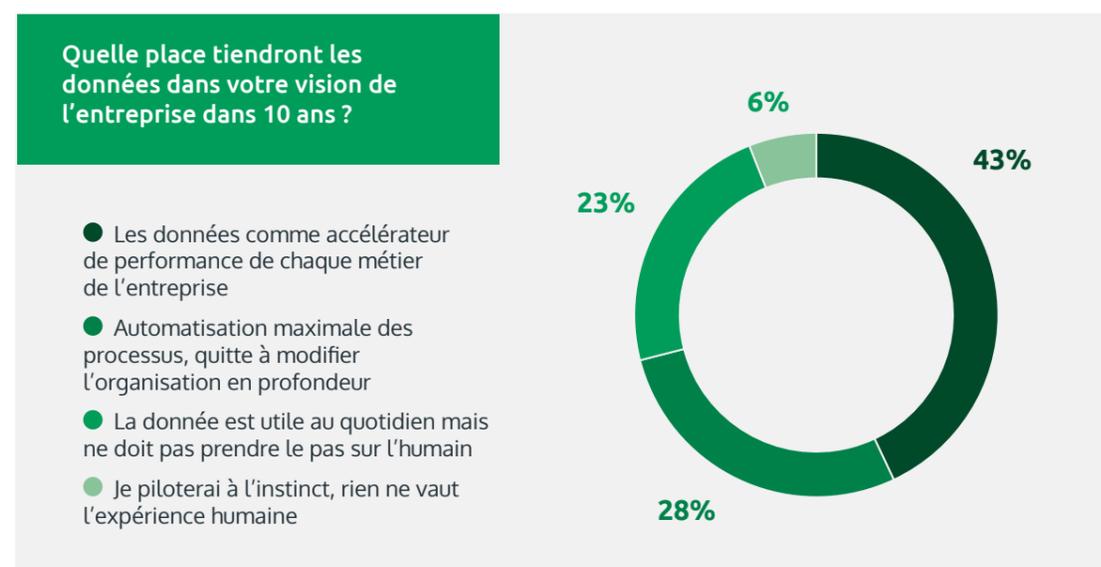
Éthique des données, un sujet en devenir

La posture du dirigeant concernant l'éthique des données devient un enjeu en termes d'image, de business et de pratiques. Seuls **22%** des répondants déclarent disposer d'une charte éthique sur l'usage des données. Ils sont **34%** à se montrer intéressés par l'obtention d'un label de confiance permettant d'évaluer la capacité à partager et croiser les données de manière souveraine et éthique. Des questions commencent également à voir le jour autour de la sobriété numérique et de notre façon de produire et de consommer le digital et la data.

22%
des répondants seulement déclarent disposer d'une charte éthique sur l'usage des données.



Quant à la place accordée à la data dans les années à venir, les avis sont partagés. Si la grande majorité des répondants s'accorde à dire que l'exploitation des données contribue à la performance de l'entreprise, 1/4 d'entre eux alerte sur le fait que la technologie ne doit pas prendre le pas sur l'humain (**23%**) mais autant (**28%**) prédisent une automatisation maximale des processus avec refonte en profondeur de l'organisation. Là encore, tout est une question de posture et de vision du dirigeant. A noter les **6%** de répondants qui apparaissent comme « réfractaires » à la data, préférant le pilotage à l'instinct reposant sur l'expérience humaine.



07. Recommandations



La data, oui, mais par où commencer ?

Les répondants s'accordent sur l'importance que revêt la donnée et particulièrement sur les perspectives offertes pour l'amélioration des performances de leur entreprise (80%). S'ils sont en mesure d'indiquer des attentes quant à l'organisation de leurs activités et les relations à leurs clients, force est de constater que cela s'inscrit plutôt dans une perception de business as usual, sans remise en cause fondamentale de leur modèle économique (13%).

Il apparaît clair que les directions d'entreprise doivent commencer par mieux maîtriser les usages de la donnée dans leur secteur d'activité, pour en comprendre le potentiel mais également les limites et les investissements que cela nécessite. Au travers de l'enquête, nous avons également pu détecter un vrai besoin d'organiser la culture data de l'entreprise mais également de projeter une gouvernance efficace.

On le voit, le manque de connaissances et le faible niveau de compétences en interne influence très fortement les décisions stratégiques de l'entreprise sur les sujets data. Il faut continuer à faire évoluer les formations en y intégrant des parcours data afin d'accélérer la transformation des métiers (RH, marketing, ventes, opérations...).

#1 Des organismes locaux vous accompagnent

Le Club Open Innovation de Paris&Co peut vous conseiller et vous accompagner, tout comme la BPI qui propose des aides financières. Des initiatives qui aident les entreprises à se lancer et à construire leur trajectoire « data driven ».

#2 Réalisez un diagnostic data

Datasulting propose un dispositif de Diagnostic Data permettant à la fois d'identifier les opportunités d'exploitation de la donnée, des usages associés, et les prioriser au regard de l'effort nécessaire côté entreprise et des retours sur investissement qu'elle pourrait en attendre.

#3 Un peu de culture data

Sensibilisez vos équipes aux enjeux liés à la maîtrise des données et formez-vous !



L'exploitation de la donnée requiert un minimum de moyens et de compétences

Pas facile quand on est un dirigeant de TPE/PME de secteurs autres que le numérique de saisir tous les ressorts liés à une intégration optimale de la data au sein de son organisation. Cela touche à des questions de moyens techniques, humains, de systèmes d'information et d'outils logiciels. Seuls 15% des répondants TPE/PME estiment disposer d'une bonne ou très bonne capacité à exploiter et valoriser les données et 22% à déclarer disposer d'un système d'information performant. Par ailleurs, les outils de pilotage majoritairement utilisés restent relativement basiques (Excel, GoogleSheet). L'enjeu est ici de doter l'entreprise, et particulièrement les TPE/PME, en ressources et compétences spécifiques. Sur ce point, il n'est toujours aisé de déterminer le profil de compétences nécessaires et de mesurer l'adéquation de profils dont on entend beaucoup parler (ingénieur data, analyste des données, data scientist, etc.) avec les besoins propres de l'entreprise. De même beaucoup d'entreprises, et particulièrement les TPE/PME n'ont pas encore désigné de personnes référentes sur le sujet de la data. Cela plaide pour une personnalisation de l'accompagnement qui s'inscrit dans une prise en compte du contexte et des caractéristiques de chaque entreprise.

#4 Quelles données pour quels besoins ?

Prenez du recul, faites un état des lieux de vos différentes sources de données et validez l'intérêt de les centraliser et de les structurer. Un audit de votre BI vous permettrait de franchir un premier pas.

#5 Un outil de pilotage transversal

Vous pilotez votre activité à l'aide de fichiers Excel et ces fichiers sont devenus des usines à gaz ? Vos données sont en silos et vous n'avez pas une réelle vision des données dont vous disposez ? Il est grand temps de déployer un outil de pilotage transversal répondant aux besoins spécifiques de vos différentes activités.

#6 Formez vos équipes

Avant de trouver le « mouton à 5 pattes », à la fois data analyst, data scientist et expert métier, faites monter vos équipes en compétence sur les sujets data.



Ne pas négliger la qualité et la sécurité des données

Les sujets de qualité et de sécurité des données ne doivent pas entraver l'intégration de la data dans le pilotage de l'entreprise. Trop d'entreprises peuvent témoigner du temps considérable qu'elles ont perdu à cause de données erronées, de défaillances techniques ou de failles de sécurité.

Se lancer dans l'aventure "de l'entreprise data driven", met en lumière la notion de gouvernance data : responsabilités de chacun, suivi de la qualité des données, sécurisation à la fois technique et juridique (pour ce qui concerne les données personnelles au travers du RGPD).

#7 Priorisez

Identifiez qui, dans l'entreprise, a le plus besoin de data pour accélérer ses actions et mieux piloter son activité. Puis mettez en place une équipe pilotée par le métier pour vous assurer de ne pas être drivé par la technique.

#8 Sécurisez

Protégez l'accès à vos données sensibles (cybersécurité) et celles de vos clients (RGPD). La CNIL vous donne les clés pour démarrer ce travail. [Consulter la CNIL](#)

#9 Travaillez sur la qualité de vos données

Engagez un processus de contrôle et d'amélioration de la qualité de vos données. Déterminez dès le départ qui va suivre et contrôler cette qualité au sein de votre organisation.

08. Glossaire



Data driven

Le data driven, adjectif anglais signifiant « piloté par les données », est fondé sur une approche qui se traduit par la prise de décisions stratégiques sur la base d'une analyse et d'une interprétation des données.

Maturité data

Les moyens, connaissances et actions visant à améliorer la performance globale de l'entreprise à l'aide des données. La maturité data n'est pas un objectif absolu et le niveau optimal ne sera pas le même en fonction du secteur.

RGPD

« Règlement Général sur la Protection des Données » encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne.

Cybersécurité

Les technologies pour protéger son patrimoine informationnel, protéger les personnes concernées des atteintes à leurs données.

DPO

Avec une fonction située au cœur de la conformité au règlement européen sur la protection des données (RGPD), le délégué à la protection des données (DPO) conseille et accompagne les organismes qui le désignent dans leur conformité. (CNIL)

Éthique de la donnée

Identification des données traitées par l'algorithme et les échanges de celles-ci. Il s'agit du domaine qui concerne la nature et les caractéristiques relatives aux données numériques.

RSSI

Le responsable sécurité informatique évalue la vulnérabilité du système d'information de l'entreprise, définit et met en œuvre la politique de sécurité de l'entreprise. Il met en place des solutions pour garantir la disponibilité, la sécurité et l'intégrité de système d'information et des données.

Entrepôt de données

Un entrepôt de données (ou Datawarehouse) est défini comme un référentiel central de données stockées à partir d'un large éventail de sources à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

Open data

Les open data sont les données publiques brutes, qui ont vocation à être librement accessible et réutilisable. Elle permettent d'enrichir la connaissance clients ou encore de proposer de nouveaux services si elles sont croisées intelligemment avec les données de l'entreprise.

Pour toute demande d'informations
concernant l'Observatoire de la maturité
data des entreprises d'Île-de-France :



Gaël Philippe
Pilote,
CEO Datasulting
gael.philippe@datasulting.com
www.datasulting.com

Cet Observatoire été réalisé avec
la contribution de :



François Teyssier
Copilote,
Responsable Club Essor Innovation
Paris&Co
www.digital-league.org

Datasulting est à l'initiative de l'Observatoire et pilote les actions menées par le consortium d'entreprises impliquées sur chaque territoire.

 www.observatoire-data.fr

