

Observatoire de la maturité data des entreprises

Auvergne-Rhône-Alpes

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 Auvergne-Rhône-Alpes en co-pilotage avec Digital League. 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.

L'enquête a notamment permis de révéler le faible niveau de maturité des entreprises de la région Auvergne-Rhône-Alpes en particulier sur

les sujets de Culture Data (54% des répondants possèdent une culture data encore fragile) et de Gouvernance (37% des entreprises n'ont pas de responsable désigné sur les sujets data). Malgré ce constat, de nombreux signaux positifs nous permettent de percevoir une réelle volonté des entreprises d'aller de l'avant sur le sujet data : 21% indiquent avoir mis en place un outil de Business Intelligence, 71% pensent que l'exploitation des données de l'entreprise permettrait d'améliorer sa performance et enfin 65% des répondants ont prévu des actions en 2022.

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 à l'ensemble de l'éco-système de l'économie régionale de faire grandir cette fameuse « maturité data ». 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. Étendu cette année 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.

Bonne lecture,

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

01. Objectifs de l'étude

Depuis son lancement en 2020, cet observatoire a pour objectif de faciliter et dynamiser l'accompagnement des entreprises 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



Digital League Auvergne Rhône-Alpes est le cluster des entreprises de l'industrie du numérique. Avec 470 membres actifs répartis sur l'ensemble du territoire régional, cet écosystème regroupe plus de 70.000 emplois et constitue la première région française du numérique après l'Île de France.

www.digital-league.org

Les sponsors



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, etc.) 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



DPO Consulting est un cabinet de conseil spécialisé en protection des données personnelles et dans la mise en conformité au RGPD des entreprises de toutes tailles.

www.dpo-consulting.fr



OVEA, entreprise numérique responsable, propose des services informatiques en ligne, sécurisés, allant du Cloud à l'accès haut débit par fibre optique et l'interconnexion de sites. Depuis 2002, OVEA a mis en place un modèle naturel et novateur de collaboration au sein de ses équipes et promeut une co-construction de son avenir.

www.ovea.com

Les soutiens



The Nuum Factory est immergée au cœur des réalités économiques des entreprises. L'école répond aux besoins grandissant des PME-TPE, ETI et grands groupes afin de former des collaborateurs spécialisés, activateurs de la transformation digitale, capables de les accompagner dans l'ère du numérique.

www.thenuumfactory.fr



Avec 12 réseaux territoriaux du Mouvements des Entreprises de France et 26 Branches Professionnelles, le Mouvement des Entreprises de France Auvergne-Rhône-Alpes défend et promeut les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité. C'est l'interlocuteur privilégié des décideurs et des pouvoirs publics régionaux. Le partenaire essentiel du dialogue social en région, l'acteur déterminé du changement et le porte-parole omniprésent des entreprises régionales.

www.medef-aura.fr



La Métropole de Lyon est née le 1er janvier 2015 : c'est une collectivité territoriale unique en France créée par la fusion de la Communauté urbaine de Lyon et du Conseil général du Rhône sur les 59 communes qui composent le territoire du Grand Lyon.

www.grandlyon.com



Minalogic est le pôle de compétitivité des technologies du numérique en Auvergne-Rhône-Alpes. Le pôle accompagne ses 450 adhérents dans leurs projets d'innovation et de croissance, afin de booster leur objectif de développement et de rayonnement au niveau mondial.

www.minalogic.com



CARA, European Cluster for mobility solutions, rassemble 230 membres : industriels, opérateurs de transports, centres de recherche et de formation. CARA est labellisé Cluster de la Région Auvergne-Rhône-Alpes et Pôle de Compétitivité et représente la PFA Filière Automobile et Mobilités.

www.cara.eu/fr/



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

03. Méthodologie



Déroulé de l'étude

Quand ?

L'enquête s'est déroulée sur une période de 7 mois (du 26 mars au 9 novembre 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 125 entreprises en Auvergne-Rhône-Alpes.

Comment ?

Le questionnaire se compose de 49 questions portant sur la maturité data des entreprises. Ces questions sont réparties sur 5 axes: Potentiel data, Stratégie data, Organisation & Gouvernance, Compétences data et Culture data. Ce même questionnaire est également ouvert dans d'autres régions (Occitanie, Île-de-France) 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 ?

Cette enquête s'adresse en priorité aux chefs d'entreprise et décideurs de PME et ETI de la région Auvergne-Rhône-Alpes, quels que soient leurs secteurs d'activité et leurs tailles. Néanmoins, le questionnaire est ouvert et accessible à toute personne désireuse d'évaluer la maturité data de son entreprise.

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 et de propositions de contenus.

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 ?

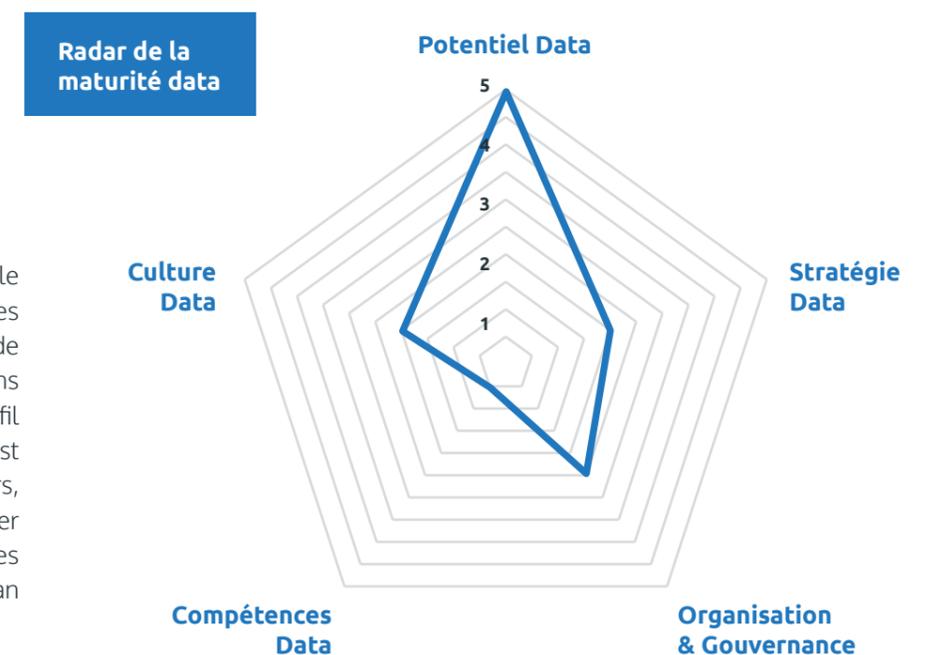
La maturité data d'une entreprise traduit sa capacité, à travers ses moyens, ses connaissances et ses compétences à exploiter le potentiel de la donnée pour améliorer la performance globale de l'entreprise. La maturité data n'est pas un objectif absolu et le niveau optimal ne sera pas le même en fonction du secteur.

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 (OpenData, 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 leur potentiel de valorisation.

La stratégie data

Capacité de l'entreprise à créer de la valeur grâce à ses données. Actions mises en œuvre et à venir pour intégrer la data 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.

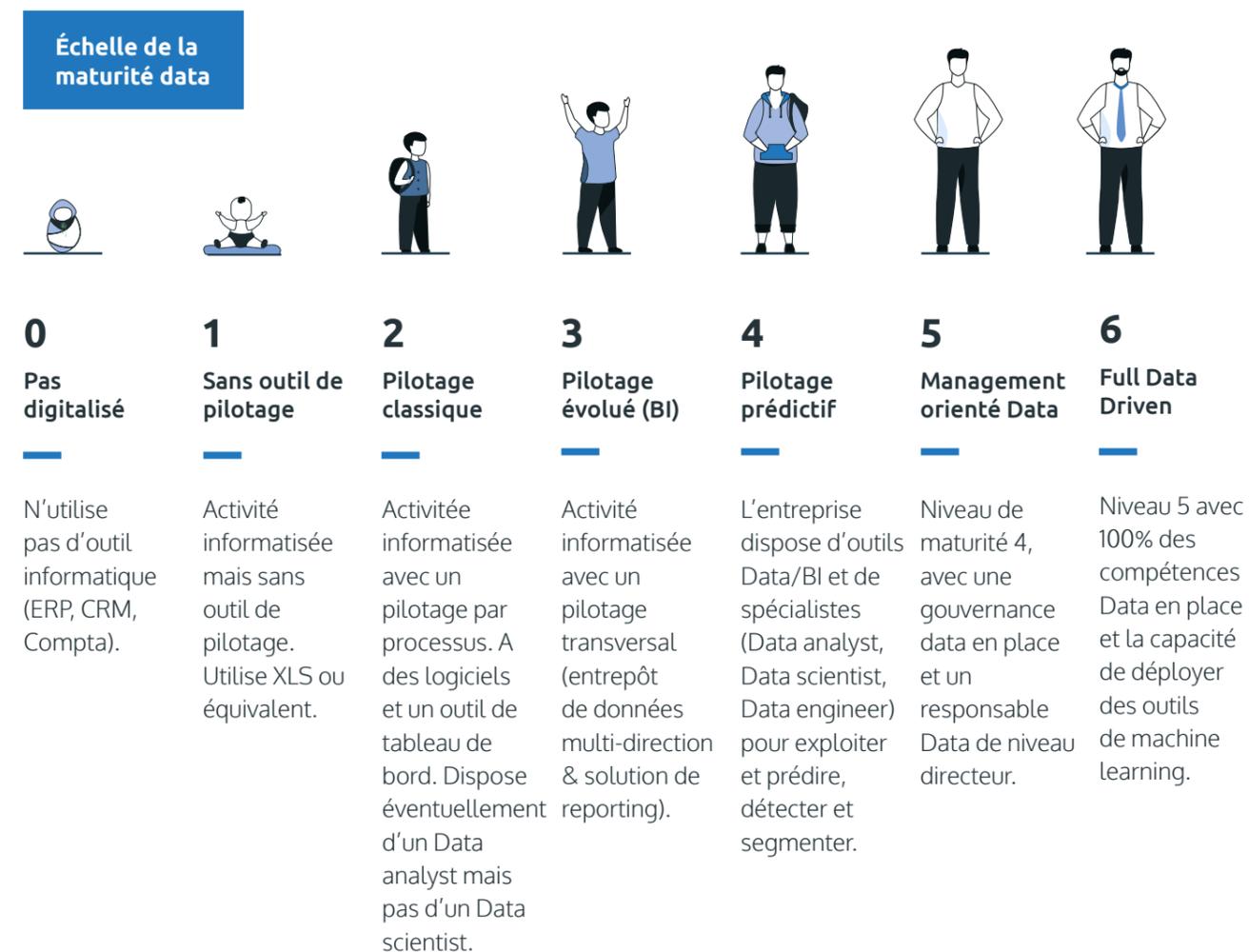
La culture data

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 notre étude 2020, nous avons déterminé 7 profils de maturité pour caractériser les entreprises en fonction de leurs actions, moyens et connaissances sur les sujets data. 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.

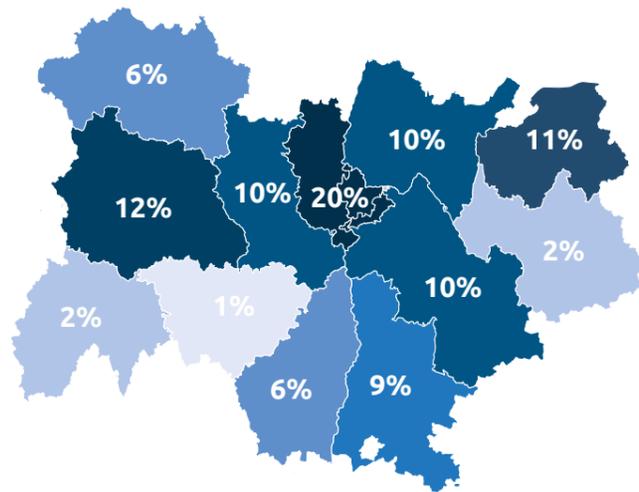


04. Périmètre de l'étude

125
répondants

Répartition géographique

- 69 - Rhône
- 63 - Puy-de-Dôme
- 74 - Haute-Savoie
- 01 - Ain
- 38 - Isère
- 42 - Loire
- 26 - Drôme
- 07 - Ardèche
- 03 - Allier
- 73 - Savoie
- 15 - Cantal
- 43 - Haute-Loire

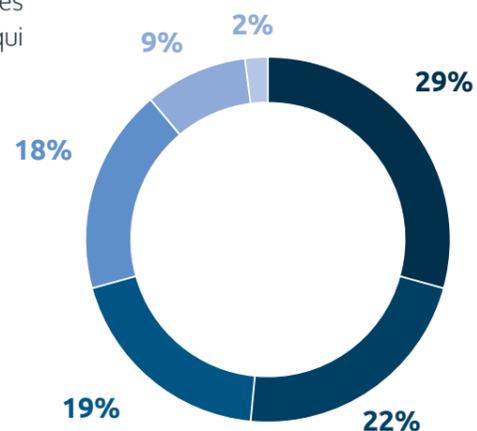


Répartition par secteurs d'activité

Les secteurs d'activité les plus représentés: les entreprises du numérique (29%) et la distribution (22%) et les services aux entreprises (19%), des secteurs très hétérogènes, ce qui permet de panacher les réponses.

Quel est votre secteur d'activité ?

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

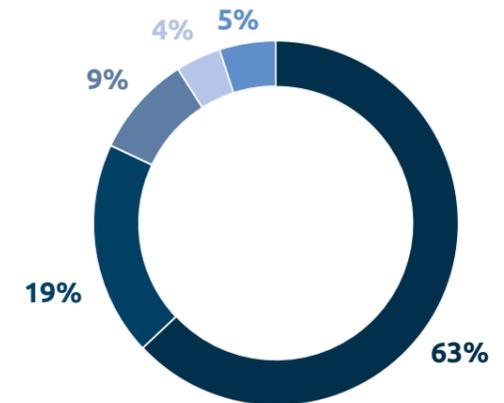


Répartition par taille d'entreprise

Le profil des entreprises qui ont répondu à l'enquête sont à 82% des PME/TPE/startup de moins de 50 salariés.

Nombre de collaborateurs dans l'entreprise

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

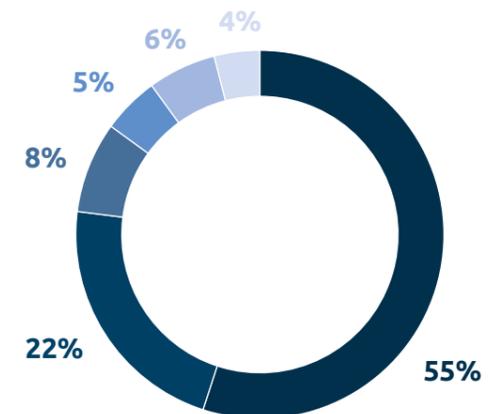


Répartition par chiffre d'affaires

Un peu plus de la moitié 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 M€
- Sans réponse



80% des répondants sont des dirigeants d'entreprise, les autres répondants représentent des directions métiers (DAF, Directeur des opérations, Directeur marketing, DSI...)

05. État des lieux

Notre enquête 2021 sur la région Auvergne-Rhône-Alpes montre que le sujet de la data est perçu comme essentiel pour les entreprises avec 71% 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

82%

des entreprises interrogées sont des TPE/
PME de moins de 50 salariés.

54%

Potentiel data

Part des entreprises ayant un historique de données de plus de 3 ans.

71%

Stratégie data

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

37%

Organisation & Gouvernance

Part des entreprises n'ayant pas affecté clairement la responsabilité des projets data à une personne.

40%

Compétences data

Part des entreprises estimant avoir les compétences internes nécessaires pour traiter et analyser leurs données.

63%

Culture data

Part des entreprises dont les employés ont un niveau très faible de connaissance des possibilités offertes par l'exploitation de leurs données.

Les grandes tendances

Une sensibilisation à renforcer

Tout comme pour les résultats 2020, l'un des premiers constats souligne le faible niveau de connaissance des possibilités offertes par l'exploitation des données de plus de la moitié des dirigeants et collaborateurs de TPE/PME interrogés. Cela peut s'expliquer à la fois par le manque de compétences internes mais également par le manque d'actions visant à sensibiliser et former les collaborateurs. 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

40% des répondants indiquent avoir les compétences nécessaires pour traiter et analyser les données d'entreprise, chiffre plutôt encourageant malgré le faible déploiement constaté des outils de pilotage tels que Power BI, Tableau, Qlik et autres outils dédiés à la BI. Elles recourent néanmoins encore peu à des compétences purement data (data analyst 20%, data engineer 14%, data scientist 14%) et prévoient peu de recrutements sur ces postes pour l'année à venir.



Un réel potentiel data à mieux exploiter

Près d'un tiers des entreprises possède un entrepôt de données (32%) et 41% des TPE/PME assurent un suivi de la qualité de leurs données (dont 25% qui souhaitent s'améliorer). Ces chiffres reflètent à la fois la volonté de centraliser et croiser l'ensemble des données disponibles dans les différents services de l'entreprise mais également la nécessité de s'appuyer sur des données fiables.



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

La gouvernance data de l'entreprise reste un réel point d'amélioration pour la majorité des organisations. À ce titre, quatre éléments viennent appuyer nos propos :

- Moins d'une entreprise sur 5 a totalement sécurisé son système d'information (19%);
- Moins d'un tiers des TPE/PME est en conformité avec le RGPD (30%);
- Un tiers des entreprises montre un intérêt pour un label éthique (32%);
- Seulement 8% disposent d'un chief data officer ou équivalent et plus un tiers n'a désigné personne pour prendre en charge les sujets data.

Objectifs et freins liés à l'usage des données

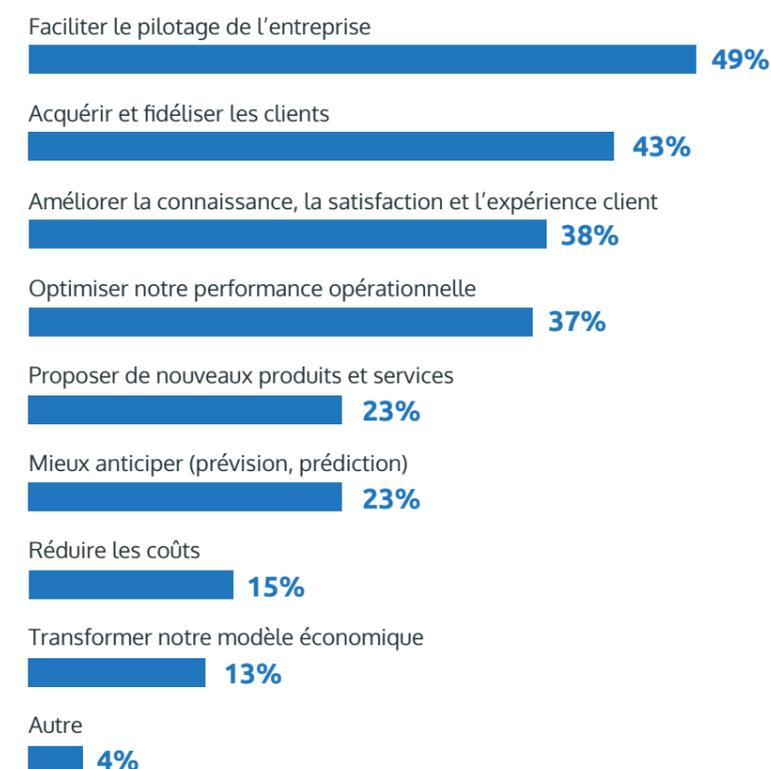
Des objectifs « business as usual »

Quatre objectifs prioritaires ressortent des réponses apportées par les entreprises : faciliter le pilotage (49%); acquérir et fidéliser les clients (43%); améliorer la connaissance, la satisfaction et l'expérience client (38%) et optimiser la performance opérationnelle (37%).

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 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 ?

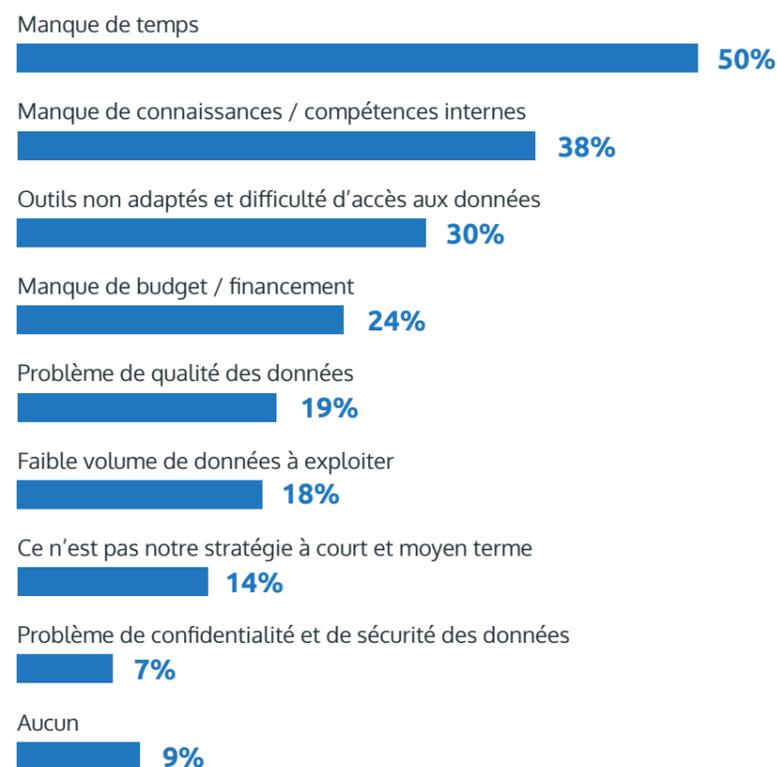


Un passage à l'action freiné par une faible culture data

Sans surprise, le manque de temps (pour la moitié des répondants) arrive en tête des principaux freins à l'exploitation des données en entreprise. La faible maturité data du panel démontre également que faute de compétences et connaissances sur ces sujets data (38%), couplé à des outils non adaptés (30%) et à un manque de moyens financiers (24%), les dirigeants peinent à engager une réelle démarche de valorisation des données. Cela traduit toute la complexité du sujet data pour les entreprises.

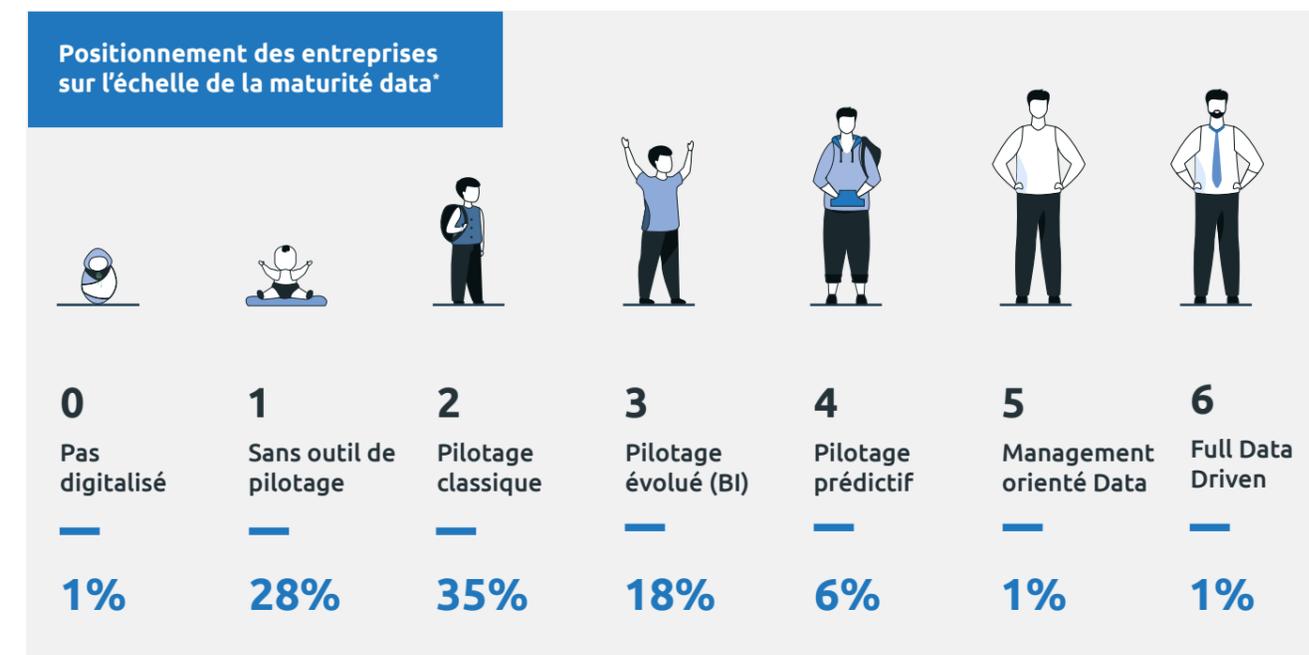
Ces freins restent importants et nécessitent un réel engagement de sensibilisation et d'acculturation des entreprises du territoire de la part des acteurs publics qui financent et accompagnent l'innovation ainsi que des acteurs et experts de la filière du numérique. En Auvergne-Rhône-Alpes, Digital League, qui regroupe les acteurs de la filière numérique, est un facilitateur d'accès à l'information pour mener à bien les projets data.

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



Quelle est la maturité data des entreprises ?

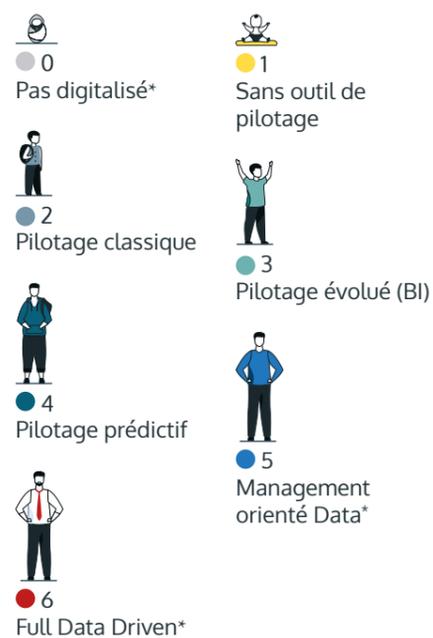
Toutes les entreprises sont concernées par le processus de digitalisation. Pourtant, près d'un tiers d'entre elles n'ont pas engagé d'action pour exploiter leurs données (28%). À ce jour, seules 8% des entreprises ont une maturité data suffisante pour passer le cap du pilotage prédictif impliquant des compétences en data science.



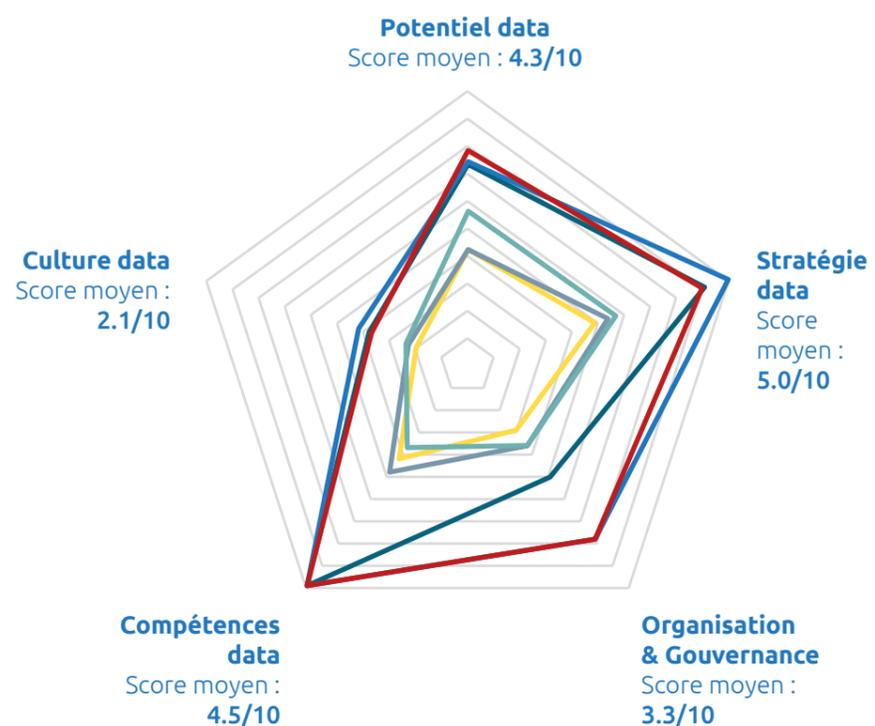
*Les réponses de 13 répondants ne permettent pas de les classer dans l'un des 6 profils de maturité data.

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 marge de progression des TPE/PME est donc encore importante ! La Culture data et la Gouvernance data sont les parents pauvres de notre évaluation de la maturité data. Les entreprises qui souhaitent développer leur performance à l'aide des données sont rapidement confrontées aux écueils d'un manque de sensibilisation des collaborateurs ou encore d'un management limité des compétences data ayant un impact direct sur la gestion des données.



*peu représentés dans l'enquête



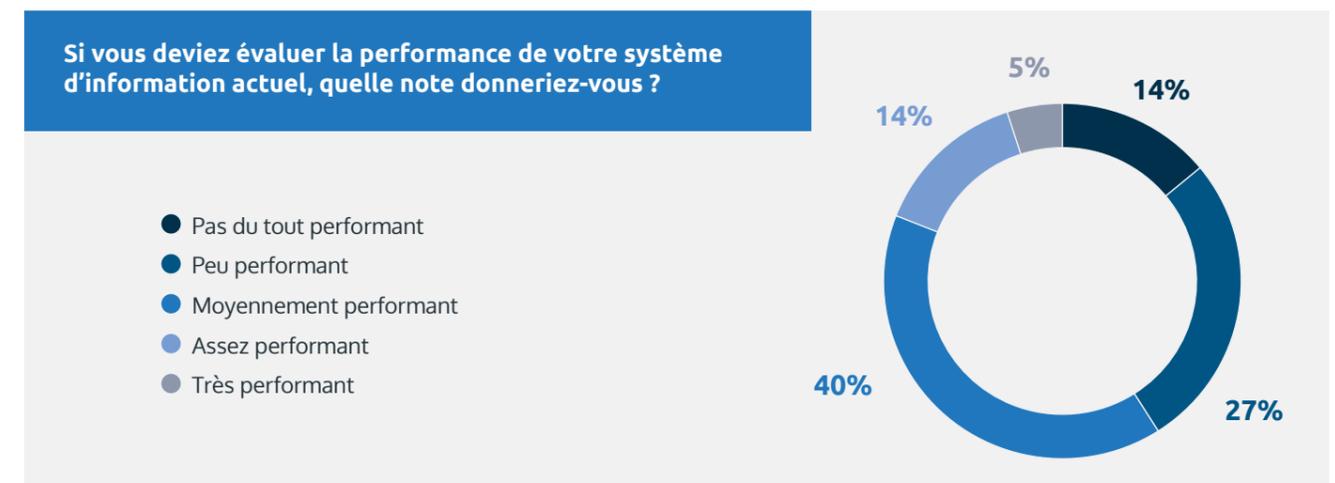
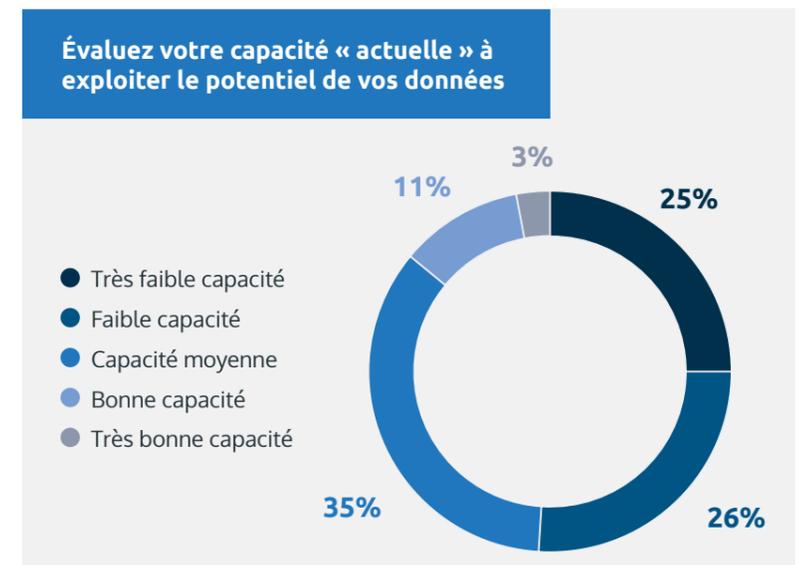
06. Résultats par pilier

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 **14%** des répondants estiment être en capacité d'exploiter le potentiel de leurs données. À contrario, **51%** des répondants n'ont pas cette capacité. De la même façon, ils ne sont que **21%** 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.



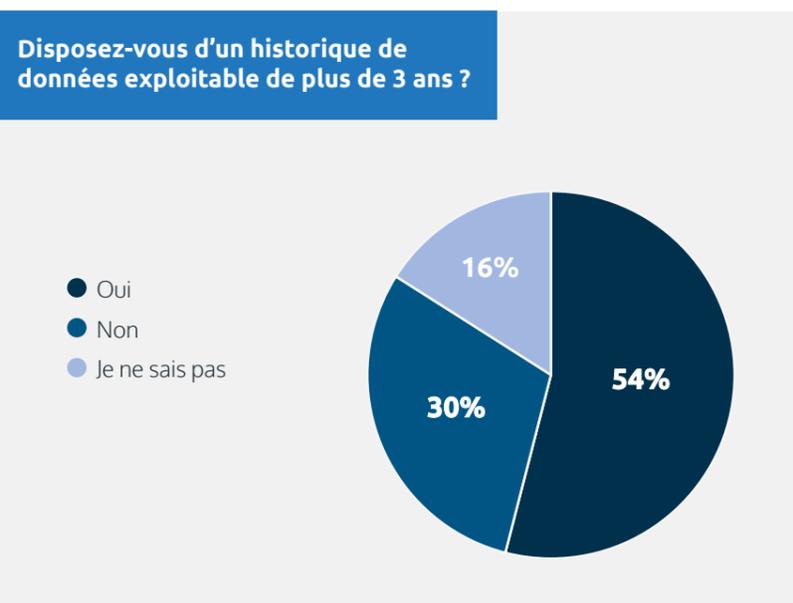
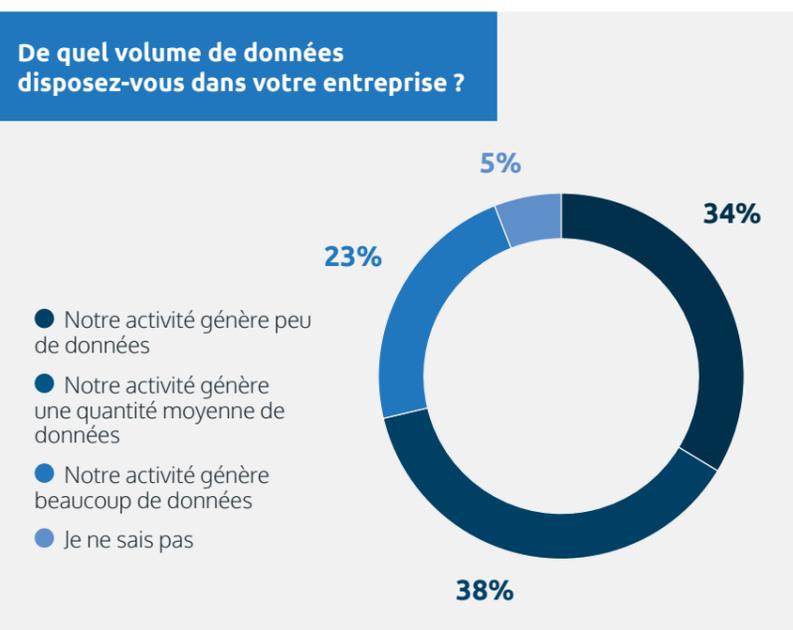
Un potentiel méconnu

L'analyse du potentiel data peut être affinée à partir de l'examen des questions suivantes : 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 **23%** 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 désirant toujours plus !

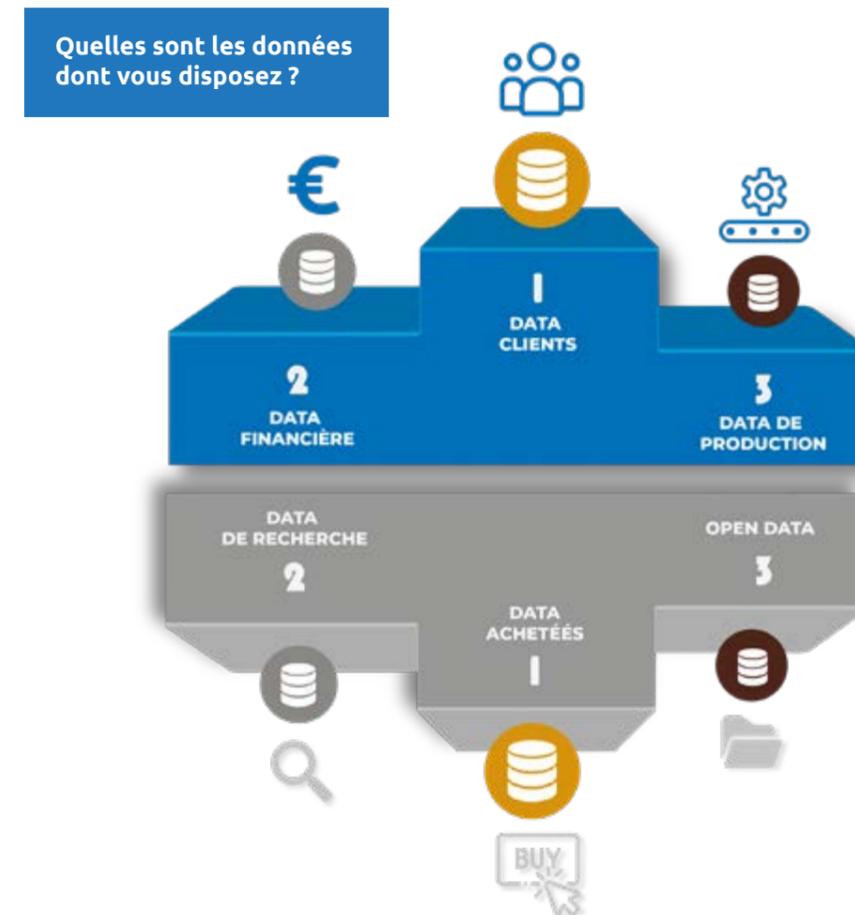
On peut déjà en conclure qu'une grande majorité d'entreprises accumule des données depuis sa création, sans pour autant en maîtriser les usages ni les exploiter au profit de leur performance.

54%
des entreprises affirment avoir un historique de données de plus de 3 ans.



Une sous-exploitation des données externes

On remarque que les données clients (**57%** déclarent en disposer en grande quantité), financières (**49%**) et de production (**37%**) sont les plus répandues dans les entreprises. À l'inverse, les données achetées, de recherche et de type open data 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. Les données digitales, qui représentent un gros volume de données, ne sont quant à elles pas représentées sur ce podium car elles sont très dépendantes de l'activité en ligne de l'entreprise. Elles sont pourtant, pour ces entreprises, une réelle opportunité d'amélioration de la connaissance client et d'optimisation des parcours.



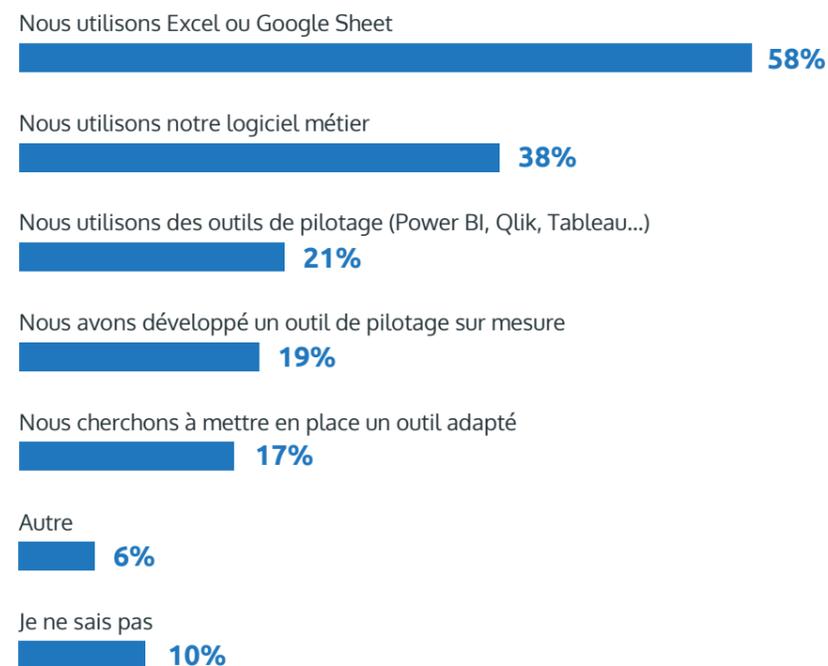
Un pilotage encore très manuel

Avec **58%** des réponses, les outils des suites bureautiques (Excel et Google Sheet) ont encore de beaux jours devant eux. Ils ont à leur avantage leur facilité d'utilisation mais favorisent le pilotage d'activité en silo. Nous constatons que les outils décisionnels sont encore méconnus et faiblement déployés (**21%**) malgré un effort de plus en plus marqué des éditeurs pour rendre ces outils accessibles à la fois techniquement et financièrement. Ils sont néanmoins **17%** à chercher à mettre en place un outil adapté. La demande et les besoins sont là. Dans la pratique, nous observons également que les logiciels métiers sont souvent mal adaptés aux besoins de pilotage et sont utilisés comme sources de données. Ces dernières sont alors exportées vers Excel pour permettre un réel pilotage.

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

32%
des entreprises centralisent leurs données dans un entrepôt de données.

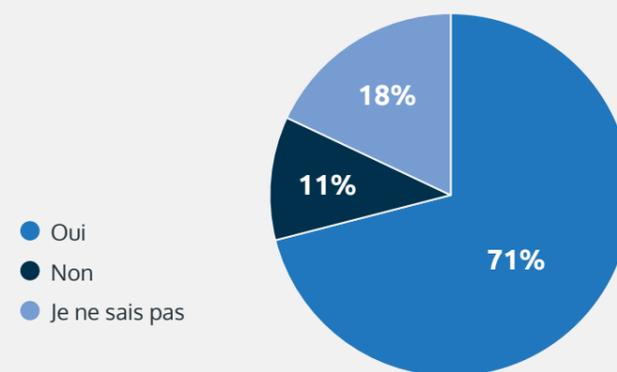
Quels outils utilisez-vous pour piloter votre activité ?



La réalité est que de nombreuses entreprises disposent de multiples logiciels métiers et donc de diverses sources de données difficiles à croiser. Un entrepôt de données permet de faciliter le croisement de ces data de manière simple pour répondre à des questions « transversales » et ainsi faciliter le pilotage global de l'activité.

Stratégie data

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



71% des répondants pensent que l'usage des données peut améliorer la performance de l'entreprise, ce qui est plutôt le signe que nous n'en sommes plus à essayer de convaincre de l'intérêt mais plus à aider les entreprises à monter en maturité data !

À noter qu'ils sont près de 1 sur 5 à encore douter (**18%**), preuve qu'un travail de sensibilisation est nécessaire pour que les entreprises prennent conscience des enjeux liés à l'exploitation de leurs données.



71%
des répondants pensent que l'exploitation de leurs 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 **71%** des entreprises estiment que l'exploitation des données peut améliorer la performance de leur entreprise, il y a encore **27%** 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.

Vous pouvez différencier approche stratégique et opérationnelle de la donnée. Si vous identifiez une priorité métier à court terme, foncez, mais tâchez, à moyen terme, d'inscrire cette approche dans une réflexion stratégique plus globale, nécessaire à la pérennité de votre entreprise. Si vous ne savez pas par où commencer, réalisez un travail de recueil de vos besoins métiers et priorisez-les.

[Réalisez un Diagnostic Data](#)

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

Nous avons identifié nos besoins et nous les avons priorisés **36%**

Nous avons fait un état des lieux de nos moyens et compétences internes **31%**

Nous avons identifié les outils les plus adaptés à nos besoins **27%**

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

Nous avons établi un plan d'action chiffré **10%**

Je ne sais pas **6%**

Rien de tout ça **27%**

Lorsque nous interrogeons les entreprises sur les actions prévues pour l'année à venir, **65%** d'entre elles vont travailler à une meilleure exploitation de leurs données. D'abord en déployant des solutions numériques (**34%**) puis en retravaillant leurs processus (**26%**) et enfin en repensant l'organisation (**21%**). À noter que seulement **11%** ont pour projet de travailler sur leurs compétences internes (formation ou recrutement) et que **35%** des entreprises n'ont encore rien planifié dans les 12 mois à venir, probablement par difficulté à identifier les actions concrètes à mener.

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 le travail sur l'organisation et l'amélioration des compétences internes arrivent en dernière position. En effet, au-delà de l'importance des outils, s'appuyer dès le début du projet sur les bonnes compétences est un facteur clé de réussite et de gain de temps.

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) **34%**

Nous projetons de travailler sur nos processus **26%**

Nous allons former et/ou recruter **11%**

Nous allons retravailler notre organisation **21%**

Autre **3%**

Rien de tout ça **35%**

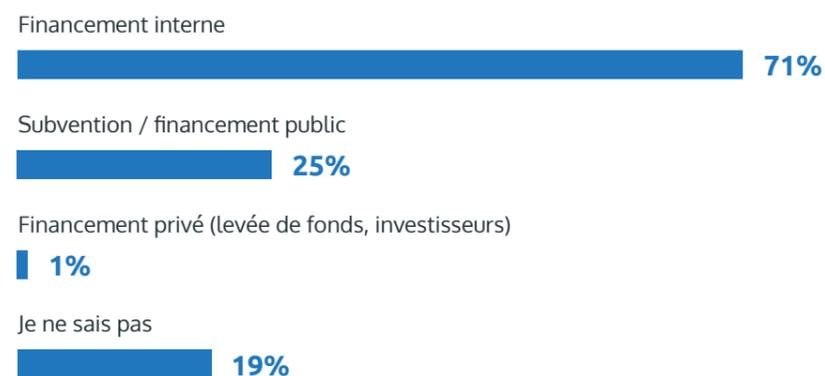


Des opportunités de financement à explorer

Le manque de budget et de financement est un des freins mentionnés par les répondants. Pour près des trois quarts 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 (71%). Les subventions / financements publics pèsent pour un quart des financements envisagés (25%).

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

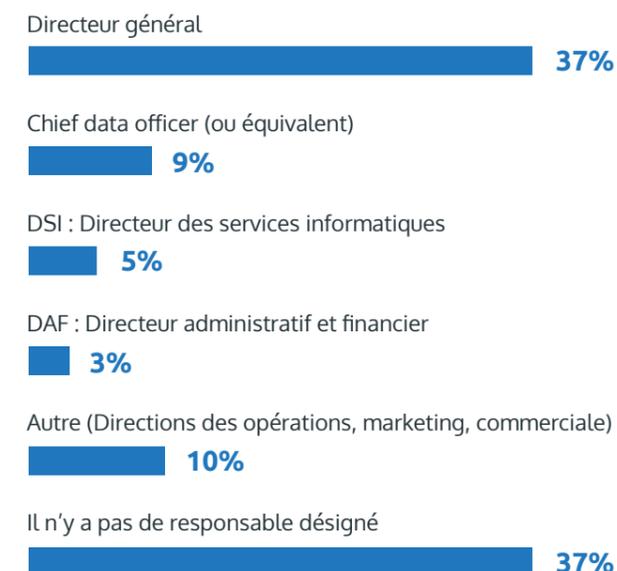
Des rôles et des responsabilités à clarifier

Si 37% 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 (37%).

9% des entreprises interrogées ont désigné un responsable des projets data en la personne du chief data officer. 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.

Le DSI (5%) et le DAF (3%) sont les deux autres fonctions les plus impliquées. Il n'est pas surprenant de retrouver ces profils ici car à eux trois, le DG, le DSI et le DAF réunissent les connaissances de la technique, de la stratégie et des chiffres mais ils sont souvent démunis pour agir quand on parle de pilotage par les données ou de valorisation du potentiel data de l'entreprise.

Dans votre entreprise, qui est responsable des projets data ?



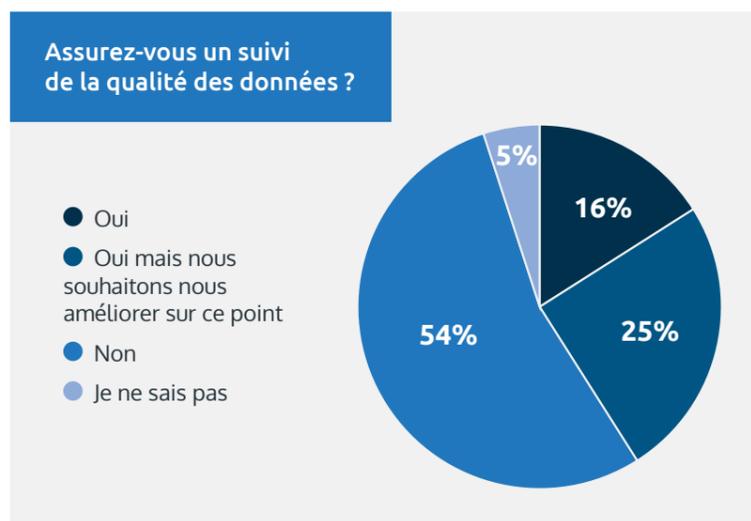
37%
des répondants positionnent le Directeur général en responsabilité sur les projets data.

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

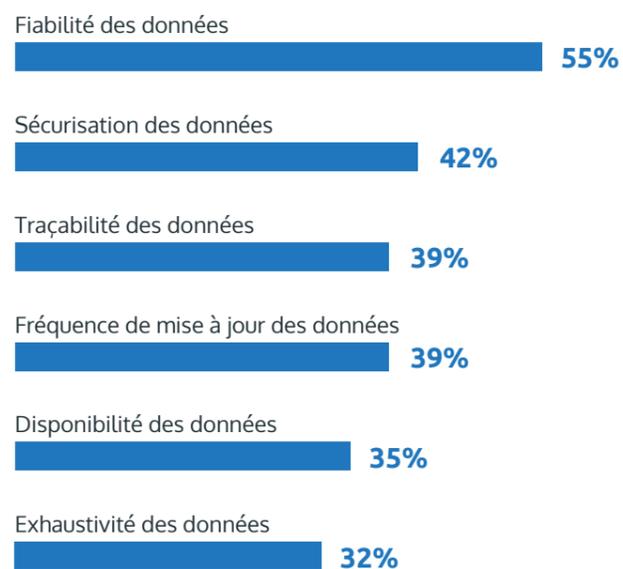
La qualité des données est un enjeu majeur pour toute entreprise souhaitant exploiter ses données. Pourtant, moins de la moitié d'entre elles assurent un suivi de la qualité de leurs données (41%). C'est bien souvent trop tard que les entreprises identifient le besoin de travailler sur ce sujet. Elles 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.

54%
des entreprises n'assurent pas le suivi de la qualité de leurs données.

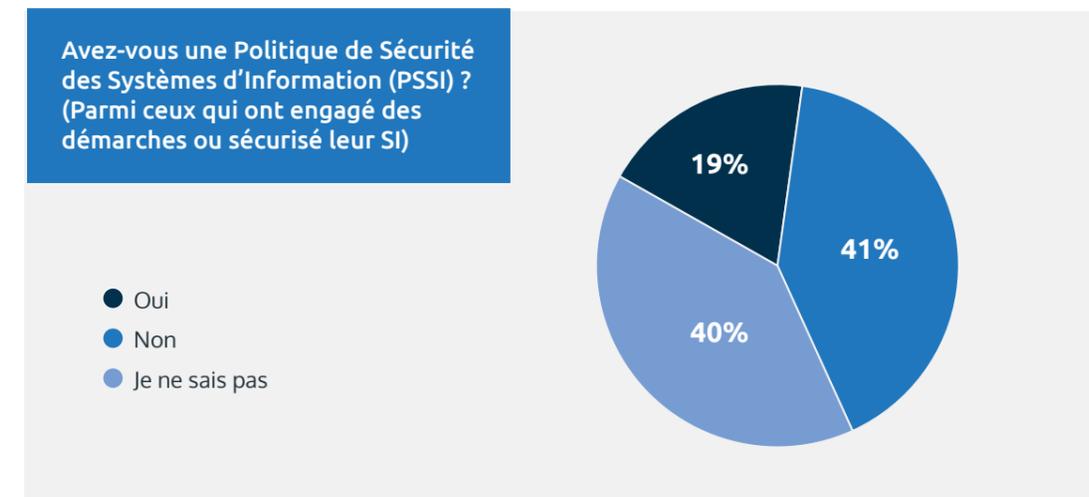
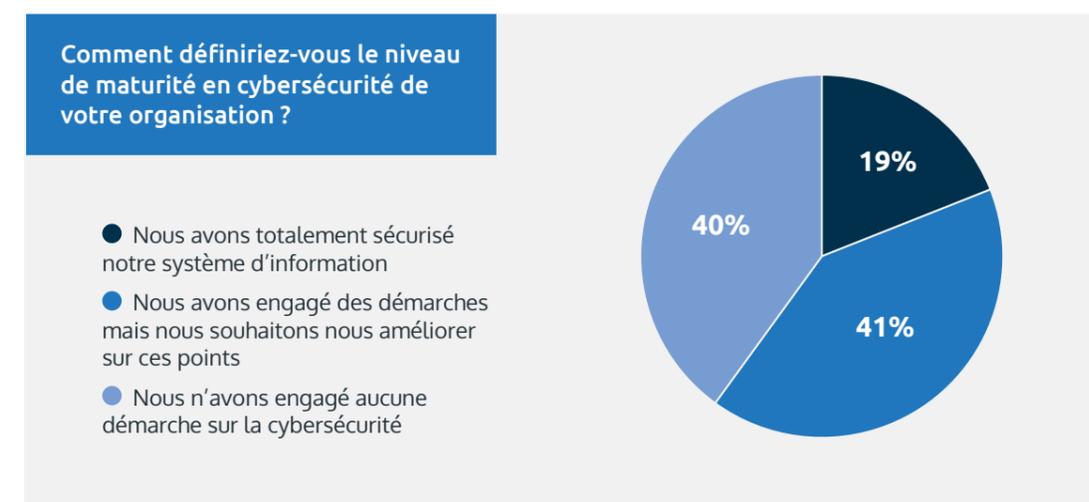


Sur quel aspect de la qualité des données souhaitez-vous vous améliorer ?



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 sécurités régulièrement relayées dans l'actualité, seulement 1 entreprise sur 5 a totalement sécurisé son système d'information (19%) et ce sont 40% qui n'ont encore engagé aucune démarche. Nous devons prendre la mesure de ces éléments, l'effort à fournir est collectif, toutes les entreprises doivent se sentir concernées ! Parmi ceux qui sont engagés dans une démarche de cybersécurité, 69% 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.



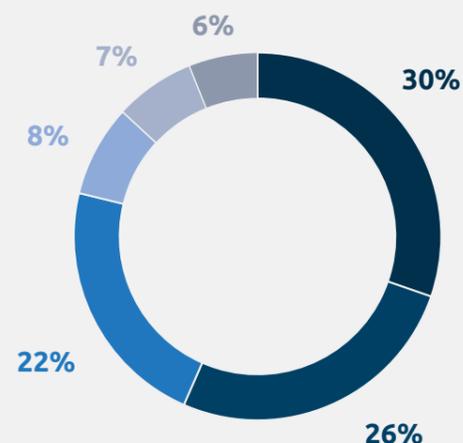
RGPD : une réglementation encore très peu appliquée

Moins d'un tiers des entreprises interrogées ont déployé les actions réglementaires de mise en conformité au RGPD (30%). Il est surprenant de constater que plus de 4 ans après l'entrée en application du RGPD, encore 21% des entreprises ne connaissent pas ou ignorent l'importance de ce règlement qui est une obligation légale dont la non mise en place peut conduire à des sanctions financières fortes.

44%
des entreprises n'ont initié aucune démarche de mise en conformité au RGPD.

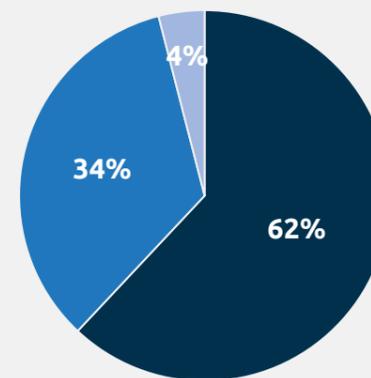
Comment évaluez-vous votre conformité au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) ?

- 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
- Je ne sais pas



Parmi les entreprises ayant initié des démarches, 62% d'entre elles ont nommé un DPO (Délégué à la Protection des Données). Le DPO est le chef d'orchestre de la conformité RGPD au sein des entreprises avec des compétences multiples (tant juridique et technique que de gestionnaire de projet).



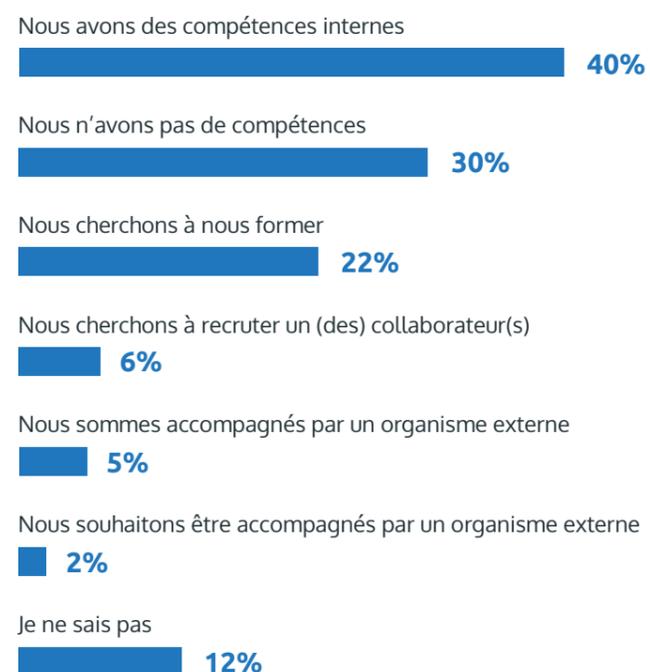
Compétences Data

6%
des entreprises
souhaitent recruter

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. L'alternative pour ces organisations : le développement des compétences déjà présentes dans l'entreprise via de la formation (22%) ou encore l'accompagnement par des prestataires externes (5% des répondants sont déjà accompagnés, 2% souhaiteraient l'être).

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

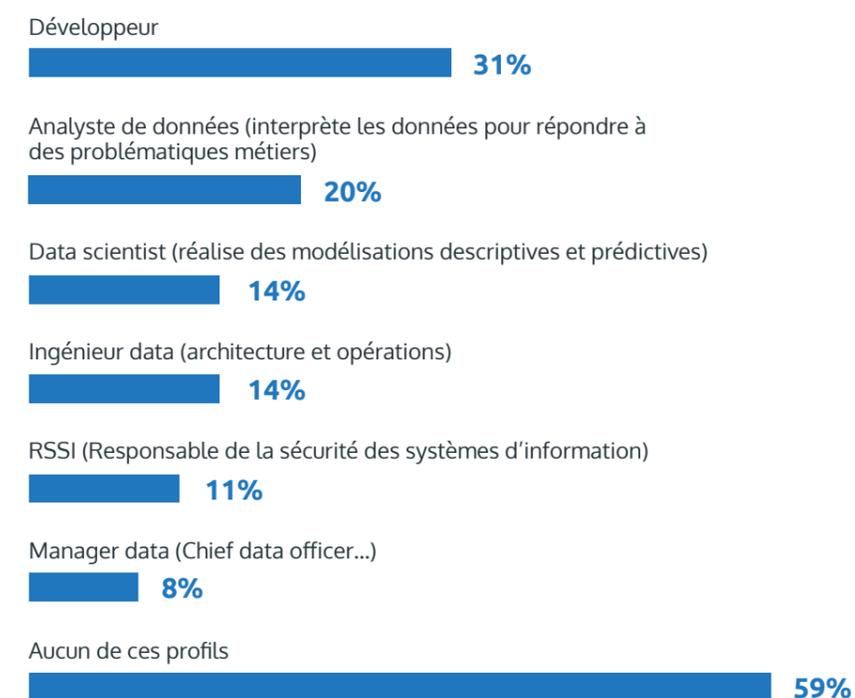


Pour les entreprises qui disposent de compétences data en interne, nous constatons que le profil de développeur est le plus représenté (31%), suivi par l'analyste de données (20%). Les profils de spécialistes de la data (ingénieur data, manager data, data scientist) restent encore minoritaires. Des métiers 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 (54%) possède une culture data encore fragile et ne détient pas encore les connaissances nécessaires pour enclencher des actions au sein de leur entreprise. À noter que notre expérience de terrain nous montre que ce chiffre est très variable selon les secteurs d'activité, la culture data sera par exemple plus faible dans l'industrie.

54%

des répondants ont encore un niveau très faible de connaissance des possibilités offertes par l'exploitation de leurs données.

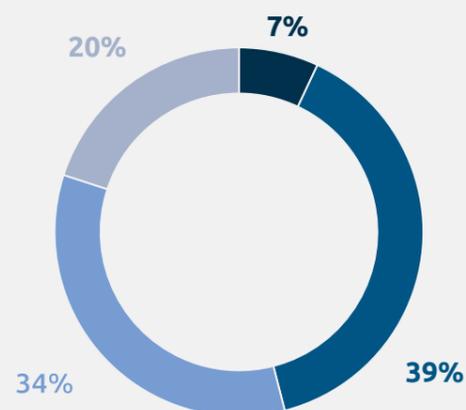
Pour 36% des répondants, le niveau de sensibilisation des collaborateurs est proche de 0 ! Plus généralement, ce sont 63% des répondants qui ont encore un niveau d'acculturation très faible sur le sujet. On mesure les marges de progression en matière de sensibilisation, d'acculturation et de formation. Pourtant, le travail sur la culture data est une première étape clé dans la valorisation des données. Pour amener les collaborateurs à acquérir les compétences et les réflexes nécessaires à l'aboutissement des projets data, Datasulting propose à ses clients un accompagnement sur cette thématique de la culture data.

63%

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

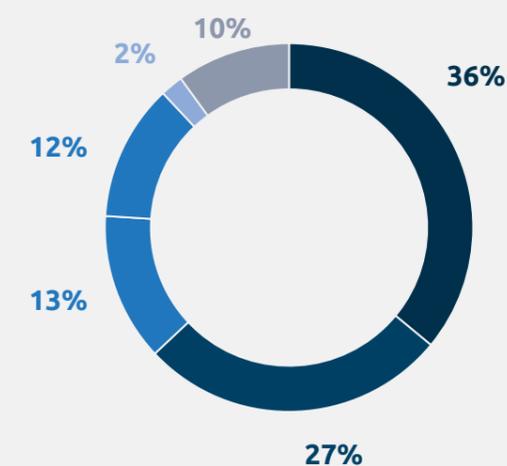
Comment évaluez-vous votre niveau de connaissances sur les thèmes liés aux données (Big data, Intelligence Artificielle, BI / Décisionnel...)?

- 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 ?

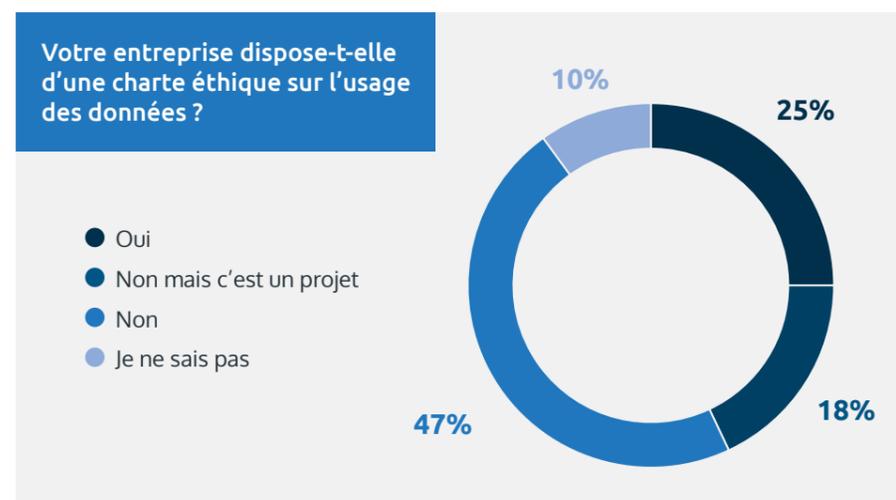
- Proche de 0, nous n'en parlons pas du tout aujourd'hui !
- Nous commençons à partager des informations sur le sujet (articles, vidéos, ..)
- Nous avons formé nos collaborateurs autour des usages et/ou des outils en lien avec les données
- Nous avons mis en place des actions de sensibilisation valorisant 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



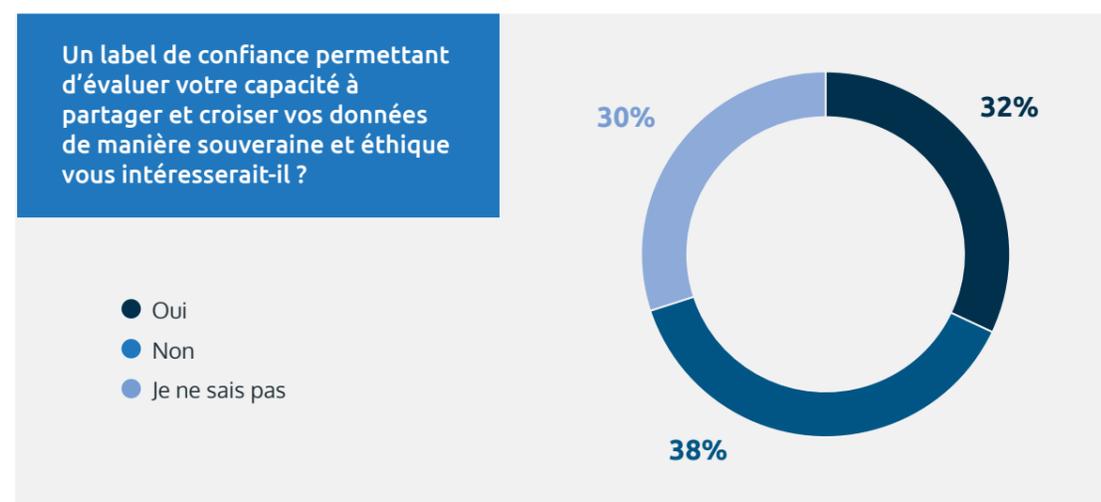
Éthique des données, un sujet en devenir

La posture du dirigeant concernant l'éthique des données devient un enjeu en termes d'image, de business et de pratiques. 1 dirigeant sur 4 déclare disposer d'une charte éthique sur l'usage des données (25%), un chiffre qui montre l'intérêt émergent de ce sujet et un réel besoin d'accompagnement et d'acculturation à l'éthique du numérique.

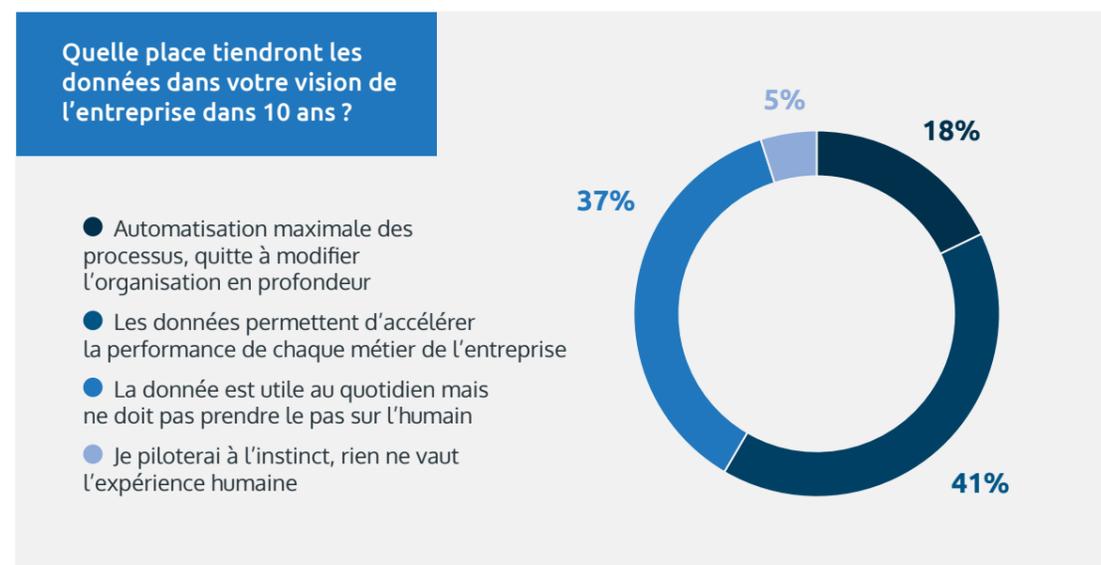
Les innovations numériques suscitent de nouveaux questionnements éthiques. Il devient essentiel pour les entreprises que leurs solutions digitales soient évaluées sur le plan éthique et sociétal afin d'apporter une garantie mais aussi d'obtenir un avantage concurrentiel et de confiance vis-à-vis de la société civile et des investisseurs. Les décideurs sont 32% 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. Les questions relatives à la sobriété numérique, à notre façon de produire et consommer le digital et la data ont un poids de plus en plus important. À ce titre, nous voyons l'émergence de nouveaux labels et certifications autour d'un usage éthique et responsable des données en entreprise.



25%
des répondants
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, 37% d'entre eux alertent sur le fait que la technologie ne doit pas prendre le pas sur l'humain mais près d'1 sur 5 (18%) prédit 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. À noter les 5% 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 (71%). 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 le lancement d'actions concrètes, mais également les prises de 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

Les associations professionnelles et les organismes publics locaux peuvent 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, les usages associés, et de 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

Une première étape indispensable : savoir de quoi on parle et quelles sont les opportunités offertes par la data. De nombreuses associations et entreprises dispensent des webinaires de vulgarisation, présentant des cas d'usage concrets. Incitez vos collaborateurs à y participer !



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

Pas facile quand on est un dirigeant de TPE/PME dans un secteur autre 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 14% des répondants estiment disposer d'une bonne ou très bonne capacité à exploiter et valoriser leurs données et 21% déclarent 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 pas toujours aisé de déterminer les profils 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 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. L'appel à un conseil de proximité, ou à des utilisateurs métiers avec une culture digitale et data pourra vous aider à franchir ce 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 qui vous permettra de gagner du temps, puis de vous recentrer sur vos objectifs prioritaires.

#6 Formez vos équipes

Au lieu de chercher 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).

Enfin, il est possible d'apporter du sens, de la transparence et de la confiance dans la data et ses usages en acculturant ses équipes à l'éthique du numérique.

#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 uniquement 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. Rendez vos collaborateurs responsables de cet enjeu.

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 et encadre également les transferts de données à caractère personnel depuis l'UE vers des pays en dehors de l'UE.

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 et assure si besoin la relation avec les autorités de contrôle (la CNIL en France).

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 accessibles et réutilisables. Elles 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'Auvergne-Rhône-Alpes :



Gaël Philippe

Pilote,

CEO Datasulting

gael.philippe@datasulting.com

www.datasulting.com

Cet Observatoire été réalisé avec
la contribution de :



Daniel Baudry

Copilote,

Délégué Général Digital League

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

