

The data-powered enterprise



Les organisations doivent renforcer
la maîtrise de leurs données

Les entreprises qui exploitent et valorisent leurs données de façon optimale sont plus performantes que les autres

L'étude *The data-powered enterprise: why organizations must strengthen their data mastery* rassemble les témoignages de 500 responsables technologiques et 500 responsables commerciaux avec l'ambition d'examiner la relation entre la maîtrise des données et les performances financières des organisations. Selon cette enquête, **les entreprises qui maîtrisent l'utilisation de leurs données enregistrent des performances financières nettement supérieures aux autres, réalisant plus de 70 % de gain de revenus par salarié et 22 % en termes de rentabilité. Même s'il apparaît que l'exploitation des données et leur analyse devient une condition préalable à la réussite et à l'innovation, à peine 40 % des entreprises utilisent l'information issue de ces données pour stimuler la valeur commerciale et l'innovation.**

Les données clés en un coup d'œil

En 2020, **46 %** des organisations françaises placent les données au cœur de la prise de décision.

40 % des organisations françaises sont capables d'exploiter la puissance de la collecte et de l'analyse des données.

Seuls **20 %** des dirigeants d'entreprises françaises font confiance aux données alors que **66 %** des responsables techniques pensent que leurs utilisateurs métier leur font pleinement confiance.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

Les entreprises qui maîtrisent la donnée bénéficient d'importants avantages commerciaux et financiers

Les organisations progressent dans la prise de décision et d'action reposant sur les données. L'étude montre que 46% des organisations françaises placent les données au cœur de la prise de décision. Les « data masters » réalisent un gain compris entre 30 et 90 % en termes de fidélisation client, de chiffre d'affaires, d'efficacité opérationnelle et de réduction des coûts. L'étude montre par exemple que ces entreprises enregistrent une augmentation de 19 % des ventes de nouveaux produits et services, contre 12 % pour les autres entreprises, une amélioration de 63%.

Des écarts existent entre les perceptions et les attentes concernant les initiatives en matière de données

Il existe un écart important entre la confiance que les cadres des entreprises accordent aux données et la perception qu'en ont les cadres techniques : seuls 20 % des dirigeants d'entreprises françaises font confiance aux données alors que 66 % des responsables techniques pensent que leurs utilisateurs métier leur font pleinement confiance. La mauvaise qualité des données contribue largement à cette méfiance : seuls 26 % des

dirigeants d'entreprises françaises sont satisfaits de la qualité de leurs données, tandis que 54 % des cadres techniques pensent que leurs utilisateurs métier en sont pleinement satisfaits. Cependant, les conséquences d'une qualité médiocre des données sont importantes et coûtent aux entreprises entre 15 et 25 % de leur chiffre d'affaires.

Bien que des progrès aient été réalisés, dans la moitié des cas (51 %), les entreprises utilisent encore des données « historiques » (c'est-à-dire une approche décisionnelle réactive), ce qui signifie qu'elles perdent un avantage concurrentiel. Elles n'utilisent des modèles d'analyse prédictive (qui déterminent ce qui est le plus susceptible de se produire à l'avenir) que dans 23% des cas, et une approche prescriptive (qui recommande les mesures que vous pouvez prendre pour affecter ces résultats) uniquement dans 18 % des cas.

Les entreprises qui ne prendront pas de mesures concrètes pour maîtriser leurs données seront mises en difficulté

Alors que de nombreuses organisations ont démarré leur parcours de collecte et d'analyse de la donnée, 40 % d'entre elles sont capables d'exploiter la puissance qu'elles peuvent en tirer. Seule une organisation sur

six peut être considérée comme « maîtrisant la donnée » sur la base de plusieurs facteurs tels que les outils et les technologies nécessaires à son utilisation et son exploitation tout comme la vision, la gouvernance, les compétences et la culture appropriée.

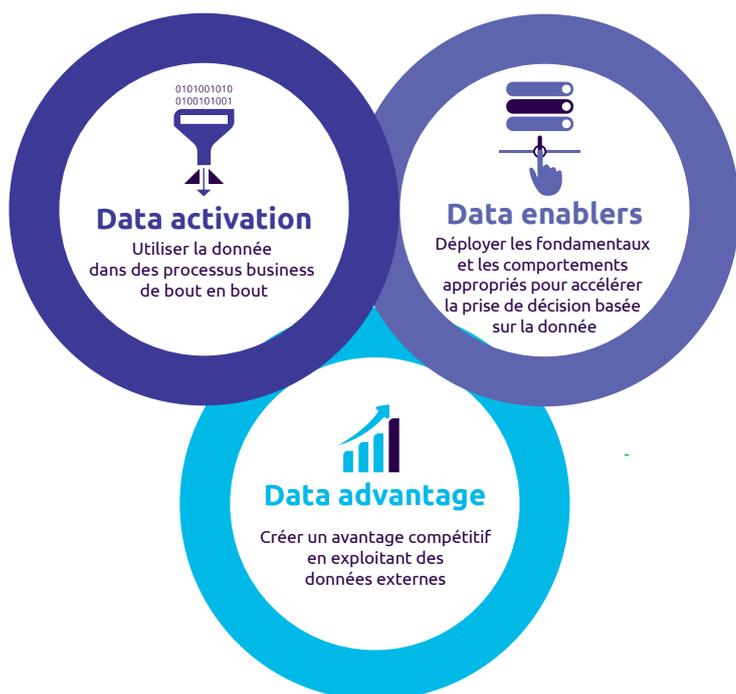
Parmi les entreprises considérées comme « maîtrisant la donnée », 95 % d'entre elles ont nommé un Chief Data Officer (CDO) et 77 % déclarent que celui-ci a contribué à la réalisation de la vision de leur organisation en matière de données. Compte tenu de l'importance de ce rôle, il n'est peut-être pas surprenant qu'en moyenne 42 % des organisations interrogées déclarent que leur CDO rend compte directement à la Direction Générale, à la Direction des Systèmes d'Information ou au Directeur de l'Intelligence Artificielle. La feuille de route visant à exploiter les données doit être portée au plus haut niveau de l'entreprise.



Pour intégrer l'analyse des données au cœur de leur stratégie, les entreprises doivent pouvoir s'appuyer sur des données de confiance. Or, seuls 20 % des dirigeants s'y fient. Cela est notamment dû à une mauvaise qualité des données, mais aussi à une méfiance envers les algorithmes de prédiction. Et sans confiance, les usages autour de l'exploitation de la donnée n'émergeront pas. Ainsi, il est nécessaire de se doter d'un système efficace de collecte et traitement des données, mis en place autour d'une démarche de data gouvernance pour instruire quelles données sont exploitables, où elles se trouvent et qui peut les utiliser. Au centre de cette démarche, le chief data officer ne doit pas seulement porter une transformation du système d'information, mais de toute l'entreprise; il doit être en mesure de proposer des stratégies au comité exécutif. Par ailleurs, les entreprises dont les compétences data sont disséminées ont du mal à se transformer. Une autre réorganisation est alors essentielle à l'accélération : la structuration autour d'un centre d'excellence capable de faire émerger des cas d'usages et de les essayer”.

Marion Gardais, Vice President - Head of French Artificial Intelligence Center of Excellence, Capgemini

Nos recommandations pour devenir une *data-powered enterprise*



Data activation

Utiliser la donnée dans des processus business de bout en bout

Data enablers

Déployer les fondamentaux et les comportements appropriés pour accélérer la prise de décision basée sur la donnée

Data avantage

Créer un avantage compétitif en exploitant des données externes

Data activation

- Aligner la stratégie d'analyse des données avec la stratégie commerciale
- Renforcer la confiance des utilisateurs métier en la donnée
- Etablir un centre d'excellence IA & Analytics pour accélérer le passage à l'échelle
- Encourager une culture orientée valorisation de la donnée en renforçant la gouvernance des données vers un concept de citoyenneté de la donnée

Data enablers

- Renforcer les processus de collecte des données et améliorer la qualité des données
- Investir dans la modernisation des plateformes de données pour gagner en agilité dans l'activation de ces données
- Opérationnaliser la valorisation des données via des pratiques DataOps et MLOps
- Adapter la gouvernance des données en fonction de l'évolution de la maîtrise des données

Data avantage

- Exploiter les données externes pour renforcer les gains



A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, de la transformation numérique, des services technologiques et d'ingénierie. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de plus de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Responsable et multiculturel, avec 265 000 personnes dans près de 50 pays, le Groupe a pour raison d'être de libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Avec Altran, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires combiné de 17 milliards d'euros en 2019.

Plus d'informations sur
www.capgemini.com/fr

A propos de Capgemini Research Institute

Le « Capgemini Research Institute » est le centre de recherche de Capgemini sur le digital. Il publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Il a été récemment classé N°1 mondial pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Plus d'informations sur
www.capgemini.com/researchinstitute/



Téléchargez le rapport complet
The data-powered enterprise: why organizations must strengthen their data mastery

Contact

Marion Gardais
marion.gardais@capgemini.com

MÉTHODOLOGIE

Capgemini a interrogé des cadres techniques travaillant dans des fonctions liées aux technologies de l'information et aux données, notamment l'informatique, la gestion de l'information, la gestion et l'analyse des données et la veille stratégique, auprès de 500 organisations. Par ailleurs, Capgemini a mené une enquête auprès de cadres exerçant des fonctions de directions fonctionnelles dans 504 entreprises. Les deux enquêtes ont été menées en août 2020 et ont ciblé des entreprises ayant réalisé un chiffre d'affaires d'au moins 1 milliard de dollars au cours de l'exercice précédent. En outre, Capgemini a effectué une analyse financière de plus de 700 organisations uniques parmi celles mentionnées ci-dessus, pour les exercices 2018-2019 et 2019-2020. En plus de ce qui précède, Capgemini a mené plus de 15 entretiens approfondis avec de hauts responsables techniques et cadres dirigeants portant sur les initiatives en matière de données au sein de leurs organisations.