

Etude

opendata**soft** × ODOXA

Observatoire de la démocratisation des données **2025**

**La démocratisation des données s'accélère en France :
entre ambition stratégique et défis opérationnels**

Méthodologie de l'étude

Pour la quatrième année consécutive, Opendatasoft réalise son observatoire annuel de la démocratisation des données avec Odoxa.

Cette étude repose sur une enquête menée auprès de **850 professionnels** issus d'organisations françaises publiques et privées de plus de **50 collaborateurs**. Deux cibles complémentaires ont été interrogées :

- **327 "leaders data"** : décideurs en charge de la stratégie et du partage des données (CDO, DSI, directeurs de l'innovation, responsables de la stratégie digitale, etc.).
- **523 "utilisateurs/consommateurs métier"** : cadres dirigeants opérationnels (RH, achats, commercial et marketing, logistiques, etc.) utilisant ou étant directement concernés par l'exploitation des données.

Le recueil des données a été effectué en ligne du 9 au 27 janvier 2025, selon un échantillonnage représentatif des secteurs d'activité, de la taille des organisations et de leur statut (public/privé). **Cette approche garantit une photographie fiable et équilibrée de l'état de la démocratisation des données en France.**

Le passage à l'échelle de la consommation des données à portée de main ?

Les chiffres sont là : la démocratisation des données progresse. Les organisations partagent plus, élargissent l'accès aux collaborateurs et intègrent davantage la donnée dans leur pilotage stratégique. Porté par le déploiement fulgurant de l'IA générative à l'échelle mondiale, le partage de la donnée dans les organisations fait un bond en avant.

Pourtant, des freins persistent. On constate un écart important entre la vision et la réalité, entre l'intention et l'exécution. L'utilisation autonome, pour tous les collaborateurs, reste à concrétiser.

D'un côté, les directions affichent leur ambition : **60 % des leaders data** considèrent désormais le partage des données comme une priorité stratégique (+21 points en trois ans).

De l'autre, sur le terrain, **55 % des organisations** n'ont pas encore mis en place d'accès unifié à leurs données et **30 % des collaborateurs** doivent passer par un expert pour en obtenir une information exploitable.

Assez logiquement, près de **la moitié des décideurs data** interrogés (45 %) constate un décalage entre les objectifs affichés et leur concrétisation effective.

Loin d'un statu quo, nous sommes face à un paradoxe : plus la donnée devient stratégique, plus son exploitation à grande échelle révèle des résistances – silos persistants, outils inadaptés, manque d'acculturation, gouvernance déconnectée des usages. Le défi n'est donc plus seulement de partager les données, mais de les transformer en connaissance actionnable par tous dans les organisations.

Comment aligner les ambitions stratégiques avec des usages concrets et à impact ? Notre étude met en avant quatre recommandations clés :

1 Faciliter l'accès et la consommation par tous les profils

grâce à des outils dédiés (data marketplaces, portails internes) qui permettent de sortir la donnée des mains des experts.

2 Renforcer la gouvernance et la standardisation via des produits de données à haute valeur business et facilement consommables par tous mais aussi par les agents IA.

3 Intégrer l'IA pour automatiser et améliorer la qualité des données.

4 Former et sensibiliser l'ensemble des collaborateurs à l'usage de la donnée, dirigeants inclus.

Cet observatoire explore ces enseignements sans détour. À travers les avancées observées, les zones de friction identifiées et ces leviers d'action, nous verrons comment les organisations peuvent transformer l'essai et faire de la donnée un réflexe naturel dans la prise de décision à tous les niveaux avec à la clé de nouvelles façons de travailler, de collaborer et d'innover, plus efficaces, plus intelligentes et créatrices de valeur.



Anne-Claire Bellec,
CMO, Opendatasoft

Sommaire

1	La démocratisation des données s'accélère	6
2	Des bénéfices bien compris mais l'autonomisation des métiers reste un défi	11
3	Leaders data vs. consommateurs métier : des différences de perception	15
4	Les priorités des leaders data en 2025 : gouvernance, IA et promesse du partage à grande échelle	20
5	L'IA au coeur des enjeux	24
6	Palmarès des secteurs : qui prend la tête de la démocratisation des données ?	26
7	Une vision optimiste pour l'avenir	29
8	Conclusion	32

1

La démocratisation des données s'accélère

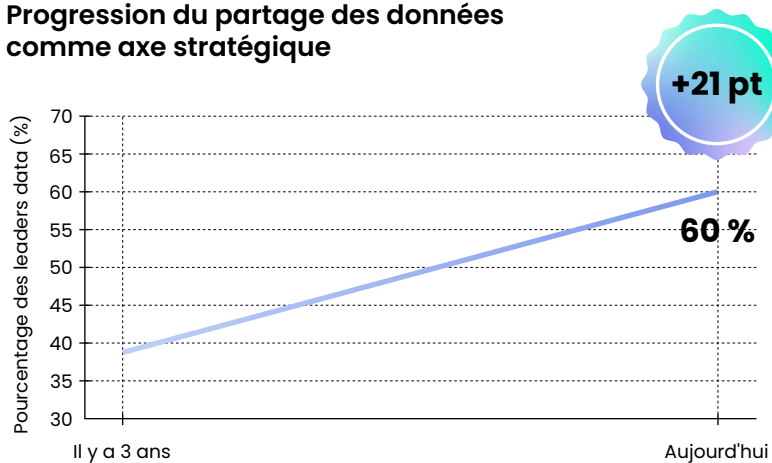
Il fut un temps où la donnée était strictement réservée à une poignée d'experts, confinée dans des outils complexes et réservée aux seuls analystes (solutions de stockage, catalogues de données, etc.).

Ce temps est révolu et le partage des données progresse.

Les entreprises françaises ont bel et bien amorcé un virage sans précédent : la donnée n'est plus un actif passif, elle devient progressivement un levier de transformation et un moteur de performance.

La démocratisation des données en nette progression

Progression du partage des données comme axe stratégique



60 % des leaders data considèrent aujourd'hui le partage des données comme un axe stratégique prioritaire, un bond de +21 points en 3 ans.



64 % des utilisateurs métier déclarent être satisfaits de leur accès aux données partagées, signe d'une amélioration notable.

61 % des leaders data estiment que leur organisation est en avance sur l'accès et le partage des données, un chiffre en hausse de +25 points en 3 ans.

Ce que ces chiffres traduisent en filigrane, c'est un moment de bascule.

Ce qui relevait hier d'expérimentations isolées devient aujourd'hui un enjeu structurant, soutenu par des investissements croissants.



Améliorer l'utilisation des données par les métiers (accès, préparation, partage, visualisation) doit être une priorité stratégique pour notre organisation.

(Verbatim issu du panel "leaders data")

Un climat interne plus favorable

Dans de nombreuses organisations, un verrou culturel est en train de disparaître. L'accès aux données, longtemps perçu comme une contrainte, dévoile enfin ses bénéfices.

66 % des leaders data estiment que leur culture d'entreprise facilite désormais l'accès aux données.

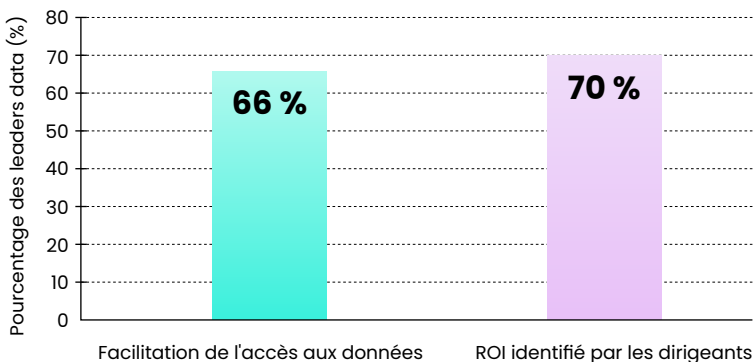
70 % des dirigeants déclarent avoir identifié un retour sur investissement clair dans le partage des données.



Nos dirigeants ont bien identifié un retour sur investissement lié à la mise en place d'une organisation interne sur l'utilisation des données.

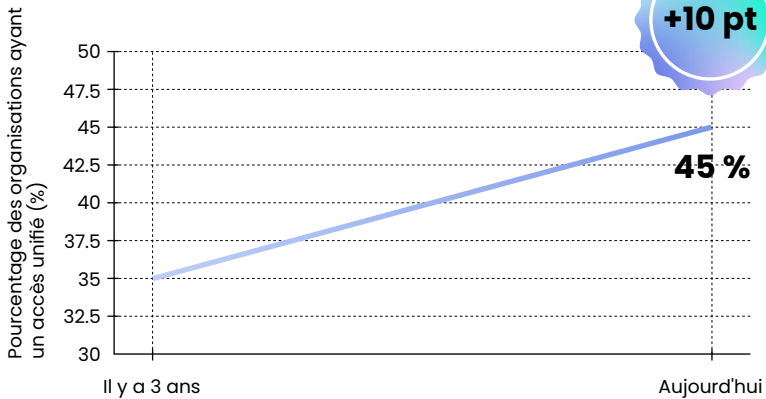
(Verbatim issu du panel "utilisateurs métier")

Climat interne favorable et reconnaissance du ROI



Des fondations solides même si le partage global des données reste minoritaire

Progression de l'accès unifié aux données



45 % des organisations françaises ont désormais mis en place un accès global aux données. Même s'il en résulte que plus de la moitié des organisations françaises n'organise pas le partage de la donnée en interne, c'est tout de même **10 points de plus qu'il y a 3 ans.**

Si ce pourcentage reste faible (puisque dans plus de la moitié des entreprises françaises, il n'existe pas de point d'accès unique aux données), il traduit un changement de paradigme profond. Les entreprises ne se contentent plus de stocker et cataloguer les données, elles cherchent à structurer et orchestrer leur diffusion et leur utilisation à grande échelle.

Dans les organisations pionnières, ce modèle transforme la manière dont les métiers interagissent avec la donnée :

- **Un commercial** peut analyser en temps réel les tendances de vente sans attendre un reporting complexe.
- **Un responsable des opérations** peut anticiper des points de friction en croisant plusieurs sources de données.
- **Un directeur financier** peut simuler différents scénarios en quelques clics, au lieu d'attendre des extractions chronophages.
- **Un responsable RH** peut identifier en temps réel les tendances d'attrition et ajuster les politiques de recrutement et de rétention en conséquence.
- **Un chef de produit** peut analyser l'évolution des usages clients et ajuster les fonctionnalités d'un service numérique sans attendre une étude externe.
- **Un responsable logistique** peut optimiser les itinéraires de livraison en croisant les données de stocks, de trafic et de demandes en temps réel.

Si les bénéfices liés aux usages paraissent évident, la moitié des organisations n'a pas encore structuré cet accès, ce qui ralentit encore la transformation des processus internes.



L'accès aux données est compliqué car il faut forcément passer par un analyste expert. Il n'existe pas d'outil dédié au partage de données métiers.

(Verbatim issu du panel "utilisateurs métier")

2

Des bénéfices bien compris mais l'autonomisation des métiers reste un défi

Les bénéfices bien reconnus du partage des données

Si notre observatoire montre que les utilisateurs métiers ont bien compris **la valeur du partage des données pour mener au mieux leurs missions quotidiennes**, la mise en oeuvre de ce partage à l'échelle reste un chantier largement inachevé.

La promesse d'une organisation véritablement "data-driven" est encore loin d'être tenue pour de nombreuses entreprises.

Les avantages du partage des données vus par les utilisateurs métier

Les bénéfices perçus du partage des données (panel utilisateurs/consommateurs métiers)

Gain de temps dans le travail quotidien

84 %

Amélioration significative de l'efficacité

82 %

Prises de décisions de meilleure qualité grâce à un accès plus fluide

82 %

Pourcentage des utilisateurs métiers (%)

Ces résultats démontrent l'impact positif du partage des données lorsqu'il est bien mis en œuvre.

84 % des utilisateurs métier interrogés par Odoxa constatent un gain de temps dans leur travail quotidien.

82 % des utilisateurs métier notent une amélioration significative de leur efficacité.

81 % des utilisateurs métier estiment que leurs prises de décisions sont de meilleure qualité grâce à un accès plus simple aux données.

L'autonomie des métiers encore limitée

45 % des leaders data interrogés notent un écart entre les ambitions stratégiques et l'implémentation effective des stratégies data.

Ainsi, malgré des bénéfices perceptibles par les utilisateurs métiers et leaders data, les entreprises peinent encore à concrétiser pleinement le partage à grande échelle.

55 % des entreprises disent ne pas prioriser le partage des données et l'expliquent par une absence de reconnaissance de son apport stratégique par la direction.

55 % des organisations françaises ne disposent toujours pas d'un accès unifié aux données : elles restent fragmentées, cloisonnées dans des systèmes disparates, exigeant des processus lourds pour être utilisées.



Nous avons des données, mais elles sont difficiles à interpréter et nécessitent une expertise technique. Nous avons besoin d'outils simples et compréhensibles.

(Utilisateur métier, secteur retail)

Les freins au partage des données à l'échelle

L'accès aux données ne devrait pas être un parcours du combattant. Pourtant, **30 % des entreprises imposent encore aux utilisateurs de passer par un expert data** pour obtenir des informations essentielles à leur travail. Ce modèle crée des goulets d'étranglement, ralentit la prise de décision et limite l'autonomie des équipes métier.



L'accès aux données est compliqué car il faut forcément passer par un analyste expert. Il n'existe pas d'outil dédié au partage de données métiers.

(Utilisateur métier, secteur industriel)

Au-delà de cette dépendance aux experts, trois freins majeurs expliquent pourquoi **la démocratisation des données reste inachevée** :

Les freins persistants à la démocratisation des données

Données fragmentées et cloisonnées (silos)

33 %

Perception des données comme un coût sans ROI immédiat

30 %

Outils non adaptés aux métiers (dépendance aux analystes)

30 %

Pourcentage des organisations concernées (%)

- **Des outils inadaptés aux métiers (30 %) :** Trop souvent, les interfaces sont pensées pour les experts data et non pour les utilisateurs opérationnels. Les formats complexes et le manque de solutions intuitives freinent leur adoption et renforcent la dépendance aux spécialistes. C'est généralement le cas des outils de stockage et d'inventaire des données qui ne sont pas des outils de consommation.
- **Des silos toujours bien ancrés : 33 % des organisations** fonctionnent encore avec des données fragmentées et cloisonnées, empêchant les croisements d'informations indispensables aux décisions stratégiques.

- **Un manque de reconnaissance du ROI : 30 % des entreprises** considèrent encore la gestion des données comme une charge plutôt qu'un investissement, faute de cas d'usage clairement identifiés.

Résultat : la donnée est là, son potentiel est immense, mais elle reste sous-exploitée. Sans un accès fluide, compréhensible et actionnable, le partage de l'information à l'échelle ne peut devenir le levier stratégique qu'il devrait être.

3

Leaders data vs. consommateurs métier : des différences de perception

Deux visions différentes de la réalité du partage des données

Perception de l'avancement du partage des données

Leaders data qui estiment que leur organisation est en avance

61 %

Utilisateurs métier qui estiment que leur organisation est en avance

26 %

Pourcentage des répondants (%)

Sur le papier, la démocratisation des données progresse. **61 % des leaders data interrogés** estiment que leur organisation est en avance sur le partage et l'accès aux données, un chiffre en forte hausse ces dernières années.

Les leaders data du secteur retail et commerce arrivent en tête avec **82 %** suivi du secteur public (62 %) et du secteur finances et assurances (61 %).

Mais cette vision optimiste **est loin d'être partagée** : seulement **26 % des utilisateurs métier** confirment ce constat.

Cette différence de perception est frappante : alors que ceux qui construisent l'architecture de gestion des données et la politique de valorisation des données (leaders data) ont le sentiment d'avancer rapidement, ceux qui en ont besoin au quotidien (utilisateurs métier) **peinent à en voir l'impact concret.**



On nous dit que l'accès aux données est facilité, mais dans les faits, nous sommes encore trop souvent bloqués par des contraintes techniques ou organisationnelles.

(Utilisateur métier, secteur industriel)

Ce décalage de perception est symptomatique du défi actuel : les infrastructures évoluent, mais leur appropriation par les équipes métier reste incomplète. Il souligne l'écart entre l'ambition stratégique et les investissements dans des **technologies encore réservées aux experts** et l'adoption réelle et concrète par les collaborateurs à tous les niveaux et au sein des processus métier.

Relatif consensus sur le manque de soutien du top management

Cette divergence cache un problème culturel persistant : la perception du partage des données comme une priorité stratégique.

56 % des leaders data estiment que le manque d'identification de la valeur des données par la direction est le premier frein à leur exploitation.

44 % des consommateurs métier confirment que l'absence de priorité stratégique explique pourquoi les données ne sont pas mieux partagées à l'échelle.

Ce déficit d'alignement avec le top management nourrit malheureusement un cercle vicieux. Des investissements technologiques sont réalisés, mais sans un engagement fort et visible du top management, les usages tardent à se structurer.



On nous parle d'une stratégie data, mais sans impulsion forte de la direction, elle reste cantonnée aux experts.

(Leader data, secteur bancaire)

Les freins stratégiques à l'exploitation et au partage des données

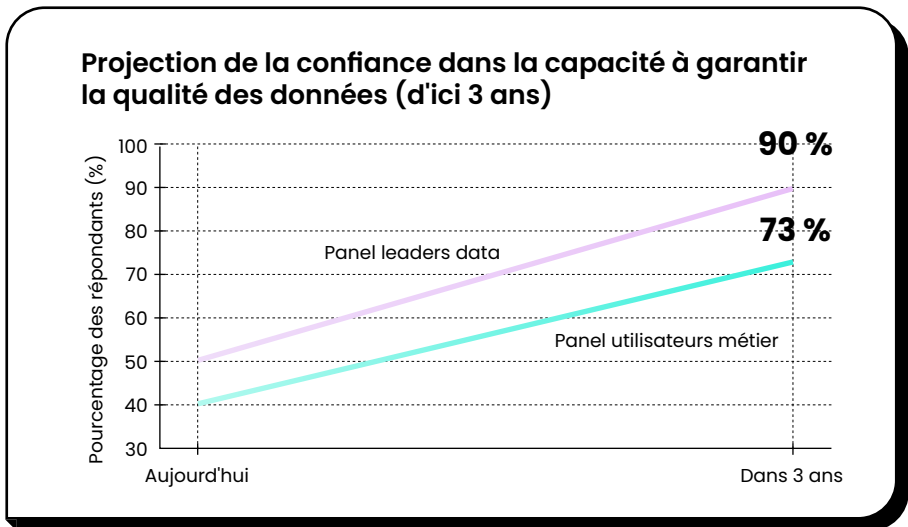
Manque d'identification de la valeur des données par la direction (leaders data)

56 %

Absence de priorité stratégique sur le partage des données (utilisateurs métiers)

44 %

Confiance des leaders data vs. prudence des utilisateurs métier



Malgré certaines divergences de points de vue, les perspectives sont encourageantes :

90 % des leaders data sont confiants dans la capacité de leur organisation à garantir la qualité des données d'ici trois ans.

73 % des utilisateurs métier partagent cette confiance, mais avec plus de retenue, conscients des défis purement opérationnels qu'il faudra encore surmonter.

Des priorités divergentes à court terme mais un besoin commun

- **Les leaders data** mettent l'accent sur **la gouvernance, la formation et l'intégration de l'IA** pour structurer l'usage des données à long terme.
- **Les utilisateurs métier**, eux, attendent des **bénéfices concrets et immédiats** : gain de temps, efficacité accrue et décisions plus éclairées.



Nous devons investir dans une plateforme unique pour centraliser et partager les données avec les équipes internes et nos partenaires.

(Leader data, secteur services)

Mais un point d'accord émerge, l'importance d'un accès simple et structuré aux données :

70 % des utilisateurs métier souhaitent accéder aux données sous forme de produits de données intelligibles.

77 % des leaders data ont comme priorité la mise en place d'une data marketplace pour faciliter l'accès aux données.

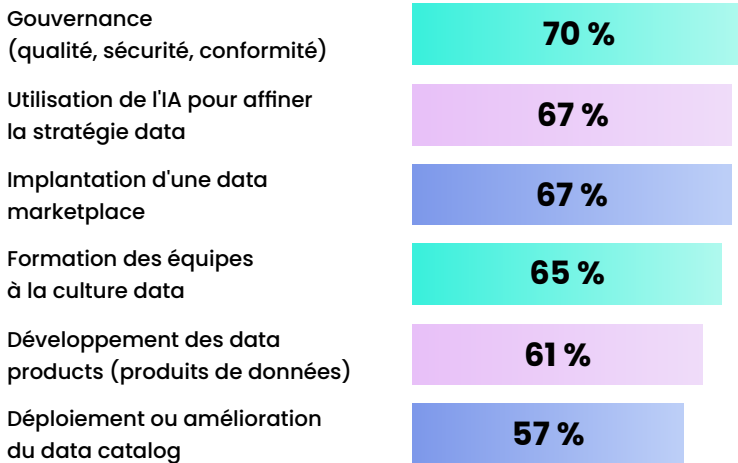
Le déploiement d'une data marketplace se pose ainsi comme l'une des réponses pour unifier, rendre accessibles et facilement consommables les données à tous les collaborateurs. Cette approche facilite la recherche, le partage et la réutilisation des données, tout en garantissant leur qualité.

4

Les priorités des leaders data en 2025 : gouvernance, IA et promesse du partage à grande échelle

Interrogés sur leur feuille de route 2025, les leaders data identifient les axes prioritaires suivants :

Priorités des leaders data dans le top 3 de leur feuille de route 2025



Pourcentage des leaders data (%)



Une gouvernance solide garantit la qualité, la sécurité et la conformité des données. Cela est incontournable pour instaurer la confiance, éviter les silos et promouvoir une utilisation cohérente des données.

(Verbatim issu du panel leaders data)

70 % placent en tête la gouvernance (qualité, sécurité, conformité).

67 % misent sur l'IA pour affiner la stratégie data.

67 % prévoient l'implantation d'une data marketplace pour faciliter le partage à l'échelle.

65 % insistent sur la formation des équipes, pour ancrer durablement la culture data.

61 % entendent développer des data products, afin de rendre les données immédiatement "consommables".

57 % comptent déployer ou améliorer leur data catalog (inventaire de métadonnées).

67 % prévoient l'implantation d'une data marketplace pour faciliter le partage à l'échelle.

Pourquoi la data marketplace comme priorité ?

Un standard en phase d'adoption

Selon Gartner et Forrester, la data marketplace devient un standard émergent, bien que son adoption varie selon les secteurs. Des organisations comme TotalEnergies, le Groupe Elia, le Groupe Caisse des Dépôts, EDP, la MAIF, Birdz by Veolia ou encore le Ministère de l'Économie et des Finances ont déjà franchi le cap, mettant en place des outils qui centralisent l'accès et la consommation des données.

Un levier d'acculturation, d'autonomie et de conformité

En simplifiant l'accès aux données, **la data marketplace permet aux métiers de gagner en autonomie tout en garantissant un cadre de gouvernance robuste.** En structurant les jeux de données avec des métadonnées enrichies et un lignage clair, elle assure une traçabilité des flux et une meilleure compréhension des transformations appliquées aux données.

Elle joue aussi un rôle clé dans l'acculturation à la donnée, en brisant les silos organisationnels et en facilitant une approche transversale du partage d'information. Grâce à la standardisation des accès, des règles de qualité et des fonctionnalités d'exploration avancées, les utilisateurs peuvent exploiter les données en toute confiance, conformité et sécurité, sans dépendre systématiquement d'experts techniques.



Il faut prioriser les efforts de normalisation des formats de données et d'interopérabilité entre les systèmes. Une data marketplace faciliterait le partage d'informations en interne et en externe, réduisant ainsi les silos de données.

(Panel leaders data)

La data marketplace, un levier global et stratégique

67% des leaders data font de la mise en place d'une data marketplace une priorité pour les 12 prochains mois et 63% des utilisateurs métiers aimeraient accéder à ce type d'outil.

Les data product marketplaces vont au-delà des catalogues techniques pour connecter directement les utilisateurs aux data products et actifs divers. Elles sont conçues pour un partage en interne, avec des partenaires en externe ou sous forme de données ouvertes au public. La gouvernance est assurée par des contrats de données qui définissent la manière dont les données sont structurées, formatées et communiquées.

- **Efficacité opérationnelle** : elle offre un accès immédiat aux données en self-service, réduisant les recherches chronophages et libérant les équipes data pour des tâches stratégiques.
- **Innovation et agilité** : elle permet d'optimiser les processus et créer rapidement de nouveaux services, générant de nouvelles opportunités et sources de revenus.

- **Retour sur investissement** : elle aide à rentabiliser les investissements data, qu'il s'agisse des outils déployés, des ressources humaines mobilisées ou du patrimoine de données disponible, en facilitant la consommation à grande échelle et la réutilisation des ressources.
- **Conformité et transparence** : une data marketplace centralisée simplifie la mise en conformité et favorise un partage sécurisé et accessible des données.

La feuille de route des leaders data en 2025 intégrera donc cette technologie capable de fédérer les équipes data, les métiers, la DSI, la direction générale et toutes les parties prenantes autour de l'utilisation des données.

5

L'IA au coeur des enjeux

Les leaders data souhaitent intégrer l'innovation à tous les étages. C'est pourquoi ils misent sur l'IA pour fluidifier la circulation des informations, mieux identifier les gisements de valeur et renforcer la culture data au sein de leur organisation.

En toile de fond, il y a une ambition claire : faire de l'IA le catalyseur d'une dynamique interne, où l'on ne redoute plus la complexité des données, mais où on l'exploite avec confiance et aisance.

Pour les équipes métiers et les leaders data, cette évolution se traduit par des besoins très concrets :

70 % des utilisateurs métier aimeraient disposer de produits de données (ou data products) prêts à l'emploi, c'est-à-dire prêts à l'usage, ayant un impact à l'échelle, répondant à un besoin précis et encadrés par des contrats de données.

63 % des utilisateurs métier réclament un accès unifié via une data marketplace ou un portail interne.

Dans les deux cas, l'IA peut jouer un rôle déterminant, par exemple en automatisant l'enrichissement des données, en optimisant leur classement ou encore en guidant l'utilisateur vers les informations les plus pertinentes sur la data marketplace.



L'organisation doit porter ses efforts en priorité dans l'IA, car cela permet en temps réel d'avoir accès aux infos et prendre des décisions plus rapidement.

(Verbatim issu du panel "leaders data")

Pas d'IA sans données partagées à grande échelle

La démocratisation des données s'accélère avec l'essor de l'IA générative en entreprise, qui repose sur des données de qualité, accessibles et exploitables, notamment via les data products.

Les modèles d'IA se nourrissent de la data : sans un accès fluide et structuré aux bonnes informations, ils ne peuvent ni apprendre efficacement ni produire des résultats pertinents.



Mon organisation doit continuer d'investir massivement dans des outils utilisant l'intelligence artificielle pour garder une longueur d'avance sur la concurrence !

(Leader data, secteur privé)

Cela fait de l'accessibilité et de la fiabilité des données un enjeu stratégique incontournable. Le temps presse pour les leaders data. Pour garantir des systèmes d'IA performants et alignés avec les besoins métiers, la donnée doit être partagée à grande échelle, en respectant les exigences de gouvernance et de sécurité. Car sans données facilement et à l'échelle, l'IA ne peut tout simplement pas délivrer sa pleine valeur.

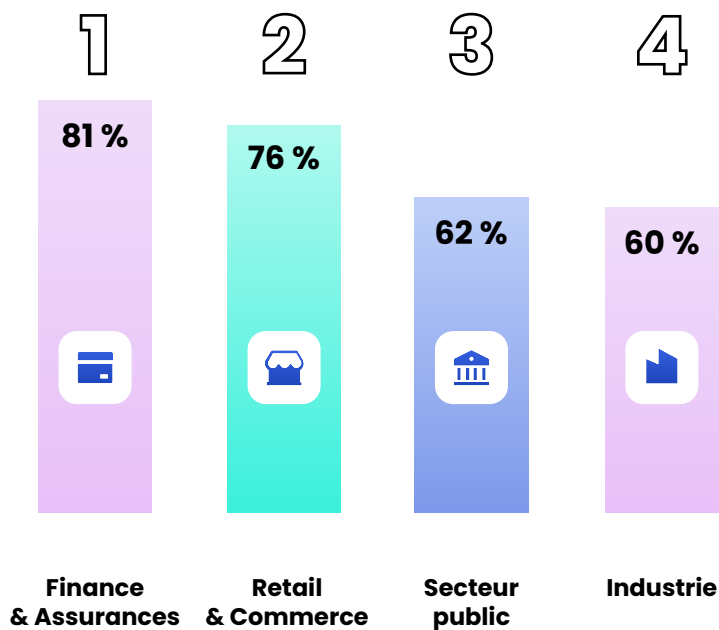
Les modèles d'IA se nourrissent de la data : sans un accès fluide et structuré aux bonnes informations, ils ne peuvent ni apprendre efficacement ni produire des résultats pertinents.

6

Palmarès des secteurs : qui prend la tête de la démocratisation des données ?

En matière de partage des données, certains secteurs se détachent nettement. Voici les secteurs qui priorisent la mise en place d'un outil de partage des données à l'échelle dans leur feuille de route 2025.

Top 4 des secteurs qui priorisent la mise en place d'un outil de partage de la donnée



1 Activités financières et assurances

81 % des leaders data du secteur estiment que la mise en place d'un outil de partage des données est une priorité.

Explications :

- Forte pression concurrentielle nécessitant une exploitation optimale des données
- Réglementations strictes qui imposent une gouvernance data robuste
- Investissements conséquents dans l'IA et la sécurité des données

2 Retail & commerce

Le commerce suit de près avec 76 % des leaders data jugeant que l'accès aux données via un outil de partage est prioritaire.

Explications :

- Besoin d'analyses en temps réel pour optimiser l'expérience client
- Forte adoption des outils de data visualisation et de CRM avancés
- Exploitation intensive des données comportementales et transactionnelles

3 Secteur public

62 % des leaders data du secteur public ont inscrit la mise en place d'un outil de partage des données dans les priorités de leur feuille de route 2025.

Explications :

- Développement de politiques d'open data pour améliorer la transparence
- Mutualisation des bases de données pour faciliter l'interopérabilité
- Digitalisation des services pour optimiser la gestion publique

4

Industrie

Ce secteur regroupe l'énergie et l'environnement, l'industrie manufacturière et la production, la construction/BTP, le transport et logistique industrielle et l'industrie chimique et pharmaceutique.

60 % des leaders data du secteur déclarent prioriser l'outil de partage des données dans leur feuille de route.

Le secteur progresse vers une démocratisation accrue des données, mais à des rythmes différents selon les filières.

- Les secteurs **énergie, chimie /pharma et manufacturier** sont les plus avancés grâce à des besoins clairs en optimisation des processus et conformité réglementaire.
- Les secteurs du **BTP et du transport** sont en phase de transition, freinés par des systèmes historiques et une organisation en silos.

Autre fait marquant, l'IA et les data marketplaces émergent comme des catalyseurs clés pour surmonter ces obstacles et structurer un accès aux données efficace, sécurisé et évolutif.

7

Une vision optimiste pour l'avenir

Le partage des données à grande échelle : un levier clé pour l'autonomie et la transformation

Pour les leaders data, la généralisation de l'accès et de la consommation des données à l'échelle a deux impacts majeurs :

- **L'autonomisation des métiers :**
permettre aux collaborateurs d'accéder directement aux informations dont ils ont besoin pour gagner en efficacité et réduire leur dépendance aux experts data.
- **L'amélioration des processus de décision :** garantir une meilleure exploitation des données pour des analyses plus fines et des décisions éclairées, basées sur des informations fiables et à jour.

L'autonomisation des métiers doit permettre aux collaborateurs d'accéder directement aux informations dont ils ont besoin pour gagner en efficacité et réduire leur dépendance aux experts data.

Les bénéfices concrets d'une approche data-driven

Le partage des données génère des gains mesurables à plusieurs niveaux, avec des écarts sectoriels notables :

Un gain de temps pour les métiers et les équipes data

Un accès facilité aux données réduit les délais d'analyse, accélère la prise de décision et limite les tâches chronophages liées à la recherche ou au retraitement des données.

Une accélération de l'innovation et la création de nouveaux services

En brisant les silos et en simplifiant l'accès aux données, les organisations stimulent la création de nouveaux services et l'innovation métier. Les entreprises ayant adopté une approche data-driven développent plus rapidement des cas d'usage concrets et différenciants.

Maximisation de l'utilité des données existantes

Trop souvent, les entreprises accumulent des volumes massifs de données sous-exploitées. En structurant leurs actifs sous forme de produits data réutilisables, elles maximisent leur valeur, favorisent la collaboration et optimisent la gestion de leur patrimoine informationnel.

Devenir une organisation entièrement data-driven

Bien que cela reste un objectif stratégique fort, les entreprises reconnaissent que la mise en place d'une gouvernance efficace et l'acculturation des équipes seront nécessaires pour atteindre ce niveau de maturité.

Les perspectives sont encourageantes

Les leaders data sont optimistes quant à l'évolution des pratiques de leur organisation dans les trois prochaines années :

Perspectives des leaders data sur l'évolution des pratiques de data démocratisation

Qualité et conformité des données

90 %

Outil dédié au partage des données (ex. data marketplace)

80 %

Approche globale de la donnée

77 %

90 % pensent que leur organisation pourra garantir la qualité des données et leur conformité.

80 % estiment que chaque collaborateur disposera d'un outil dédié facilitant l'accès et l'utilisation des données.

77 % anticipent la mise en place d'une approche globale de la donnée intégrant gouvernance, formation et accessibilité.



Conclusion

Vers le partage des données à grande échelle

Les enseignements de notre Observatoire 2025 sont sans appel : la démocratisation des données est en marche, et rien ne semble pouvoir enrayer son ascension et notamment dans le contexte de déploiement fulgurant de l'IA générative à l'échelle internationale, elle-même fortement consommatrice de données de qualité.

Certes, des freins subsistent – silos internes, manque d'adhésion managériale, autonomie trop limitée pour les métiers – mais l'ampleur du mouvement est manifeste. Selon notre enquête 2025, **la data s'affirme comme le carburant qui alimente la transformation des processus et l'émergence de nouveaux services.**

Cependant, plusieurs défis restent à surmonter pour passer à la vitesse supérieure :

- **Un manque de reconnaissance stratégique** des données dans certaines directions.
- **Des silos persistants**, freinant la circulation et l'exploitation des données.
- **Une autonomie encore limitée des collaborateurs**, qui restent trop dépendants des experts data et solutions réservées aux experts du fait du manque d'investissement dans des outils orientés métier.

Recommandations clés

Pour transformer l'ambition en réalité et permettre un passage à l'échelle efficace, les organisations doivent agir sur plusieurs leviers stratégiques :

✓ **Faciliter l'accès aux données et l'autonomie des métiers**, grâce à des outils comme les data marketplaces.

✓ **Intégrer l'IA et l'innovation** pour automatiser, fiabiliser et enrichir l'exploitation des données et alimenter les modèles.

✓ **Renforcer la gouvernance et la standardisation**, en structurant les données sous forme de produits exploitables.

✓ **Accélérer la formation et la sensibilisation** des dirigeants et collaborateurs pour ancrer la culture data.

Ces actions permettront de supprimer les blocages persistants, d'aligner stratégie et usage, et de faire de la donnée un atout opérationnel à tous les niveaux de l'organisation et plus seulement un sujet technique.



Pour améliorer le partage et l'utilisation des données, une organisation doit prioriser la sécurité et la conformité, assurer une gouvernance efficace, former ses collaborateurs, investir dans des technologies adaptées au partage avec les métiers et valoriser les données par des cas d'usage concrets.

(Verbatim issu du panel leaders data)

Opendatasoft est le leader de la démocratisation des données. Sa solution de Data Product Marketplace permet aux organisations d'offrir un accès unique, fluide, sécurisé et en self-service à l'ensemble de leurs actifs de données, y compris leurs data products.

Grâce à Opendatasoft, les entreprises peuvent accélérer la création de valeur et l'impact business en déployant à grande échelle tous types de projets de partage de données (internes, dans leurs écosystèmes, en BtoB et portails publics), et ce, en un temps record, pour tous leurs collaborateurs et consommateurs de données.

Opendatasoft accompagne plus de 350 clients dans 25 pays et alimente plus de 3 000 data marketplaces. Forte de cette expérience, elle a développé une expertise unique en data management, qui lui permet de proposer à ses clients des services premium et réaliser des cas d'usage sur-mesure et à forte valeur ajoutée.

→ **CONTACTER NOS EXPERTS**

opendata**soft** × **ODSXA**