



# La valeur opérationnelle d'une culture des données pour les entreprises guidées par les données (Data-Driven)

RECHERCHES MENÉES PAR :



**Chandana Gopal**  
Directrice de recherche  
Future of Intelligence, IDC



## Mode d'emploi

Cliquez sur les titres ou les numéros de page pour accéder à chaque section.

<b>Méthodologie</b>	<b>3</b>
<b>Aperçu de la situation</b>	<b>4</b>
<b>La culture des données est un élément clé de la transformation des entreprises guidées par les données</b>	<b>5</b>
<b>Les principales tendances des entreprises dotées d'une solide culture des données</b>	<b>8</b>
1. Les entreprises guidées par les données exigent des connaissances pour de nombreuses activités liées aux données	<b>8</b>
2. Les entreprises guidées par les données accordent autant d'importance à la confiance qu'à la responsabilisation	<b>9</b>
3. Les entreprises guidées par les données encouragent l'exploration des données et la curiosité	<b>11</b>
4. Les entreprises guidées par les données éliminent les cloisonnements et mettent l'accent sur la collaboration	<b>12</b>
5. Les entreprises guidées par les données s'engagent pour exploiter le potentiel des données	<b>14</b>
<b>Perspectives</b>	<b>17</b>
<b>Identifiez vos lacunes en matière culture des données</b>	<b>17</b>
<b>Bénéficiez d'investissements progressifs dans la culture des données</b>	<b>17</b>
<b>Faites évoluer les mentalités par petites touches</b>	<b>17</b>
<b>Les cadres ont un impact important</b>	<b>17</b>
<b>Adoptez de nouveaux indicateurs pour mesurer vos progrès</b>	<b>18</b>
<b>Conclusion</b>	<b>18</b>
<b>À propos de l'analyste</b>	<b>19</b>
<b>Message du sponsor</b>	<b>20</b>

# Méthodologie

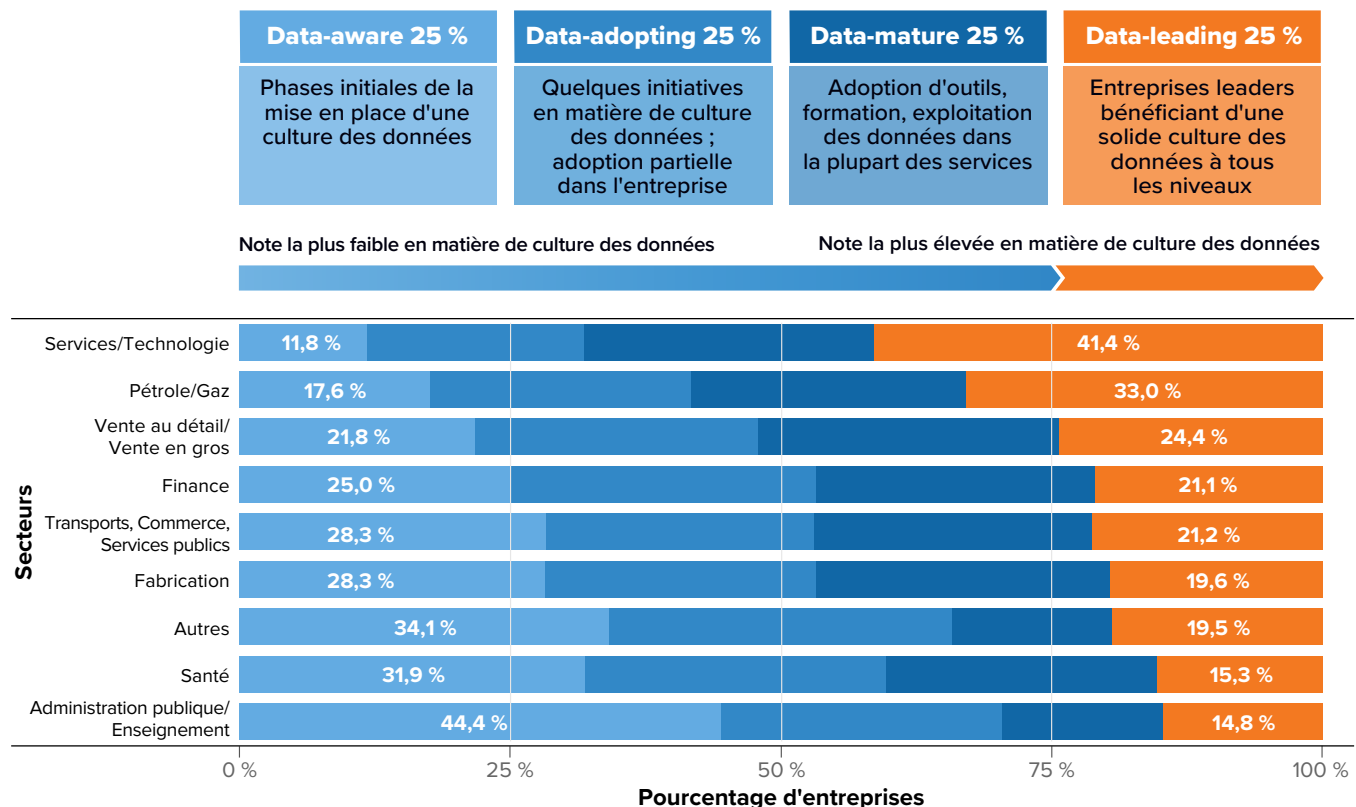
IDC a mené une enquête internationale basée sur 1 100 utilisateurs de données dans l'entreprise. Les participants ont des niveaux hiérarchiques et des postes variés (cadres et dirigeants, techniques ou non). Ils sont issus d'entreprises comptant plus de 500 employés et implantées dans les dix pays suivants : Brésil, Canada, Chine, France, Allemagne, Inde, Japon, Mexique, Royaume-Uni et États-Unis. Les participants représentent plusieurs secteurs : services financiers, fabrication, santé, services/technologie, services publics, vente au détail/vente en gros et administration publique/enseignement.

IDC a préparé des questions permettant d'identifier les principaux facteurs qui influencent (directement ou indirectement) la manière dont les données sont mises au service de la prise de décision. Il a ainsi été possible de recueillir des indicateurs basés sur l'attitude et le comportement des employés. L'analyse des données a ensuite permis de créer une échelle afin de mesurer la présence et la portée des facteurs clés, ainsi qu'une évaluation générale de la culture des données.

IDC s'était déjà associé à Tableau pour évaluer [l'influence de la culture des données](#) sur les résultats de l'entreprise. Cet article examine les tendances en fonction des régions et des secteurs. Les participants à cette étude sont répartis dans quatre groupes, en fonction de la maturité de leur culture des données. Chaque groupe contient environ un quart des participants, comme le montre la **figure 1**.

**FIGURE 1**

## Maturité de la culture des données



n = 1,100, source : IDC, 2021



# Aperçu de la situation

Il ne fait aucun doute que les données et l'analytique sont les piliers de la transformation numérique. Les données seules ne sont en effet guère utiles : pour mener à des résultats concrets, elles doivent être mises à la disposition des utilisateurs sous la bonne forme, au moment opportun et avec le contexte nécessaire.

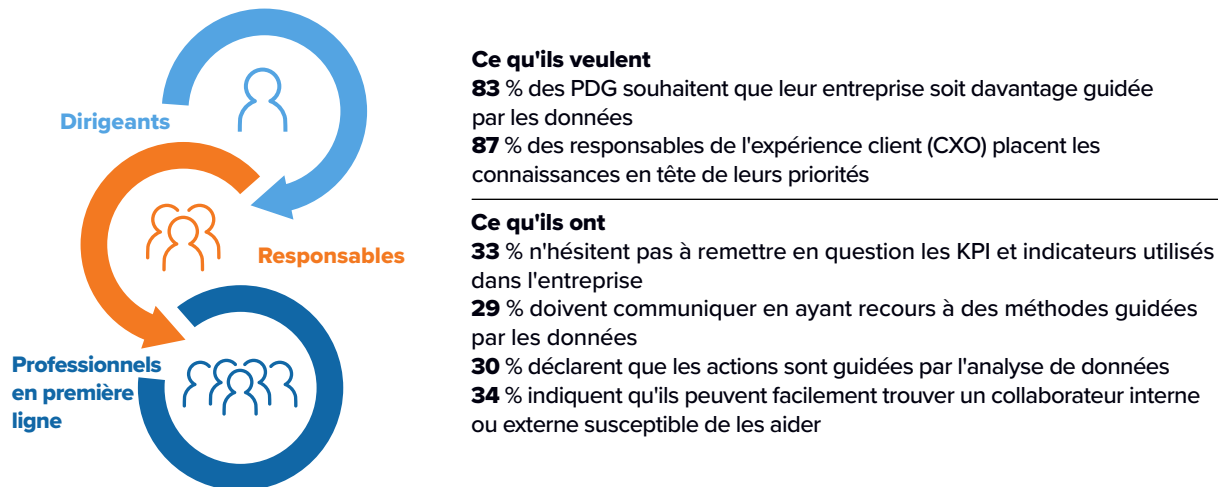
À mesure que les entreprises adoptent des technologies centrées sur les données et l'analytique pour devenir davantage guidées par les données, elles se heurtent à des obstacles. Loin de manquer de données ou d'outils, ce sont les comportements et les mentalités nécessaires à un bon usage des données qui leur font défaut. Les entreprises qui veulent optimiser leur investissement dans ces technologies et mener à bien leur transformation doivent se concentrer sur leur personnel et créer une culture qui valorise le rôle des données dans les décisions. Autrement dit, elles doivent créer une culture des données.

En combinant de bons investissements technologiques à une culture des données solide, elles se placent en tête du marché, car elles peuvent tirer parti d'opportunités, stimuler leur croissance, favoriser l'innovation et se démarquer de la concurrence.

La mise en place d'une culture des données implique un effort concerté pour analyser objectivement l'utilisation des données dans l'ensemble de l'entreprise, identifier les lacunes et les blocages, et mettre en place une stratégie en vue de résoudre ces problèmes. Les cadres déclarent souvent vouloir progresser vers une entreprise davantage guidée par les données et plus intelligente, mais la **figure 2** montre un contraste clair entre souhaits et réalité.

**FIGURE 2**

## Contraste entre souhaits et réalité en matière de données



n = 455, base = utilisateurs finaux, source : étude IDC, 2021

## La culture des données joue un rôle important dans l'obtention du statut d'entreprise guidée par les données

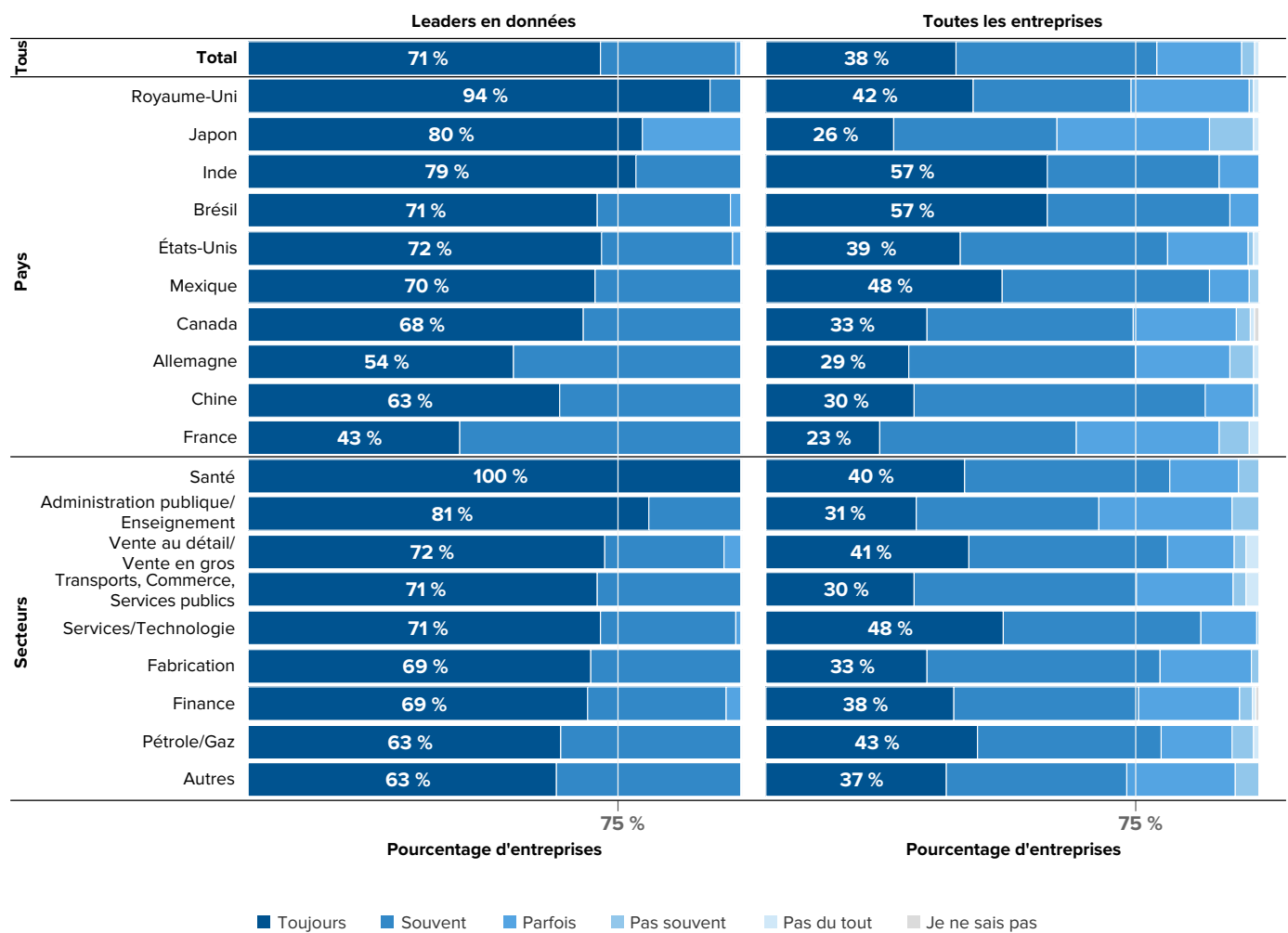
Selon l'enquête d'IDC, les entreprises dotées d'une solide culture des données sont plus susceptibles d'être guidées par les données. Pour cela, elles utilisent les données de trois façons :

### 1. Les données sont intégrées aux réunions et aux échanges quotidiens

L'intégration des données aux tâches quotidiennes (notamment lors des réunions, présentations et échanges) est cruciale pour le développement d'une culture des données. Lorsqu'on leur demande d'évaluer la fréquence d'utilisation des données au cours de réunions diverses, les entreprises leaders en données sont 10 fois plus susceptibles d'indiquer que les données sont « toujours » plutôt que « parfois » présentes (figure 3).

FIGURE 3

### Pourcentage d'entreprises qui exigent toujours l'utilisation des données lors de réunions



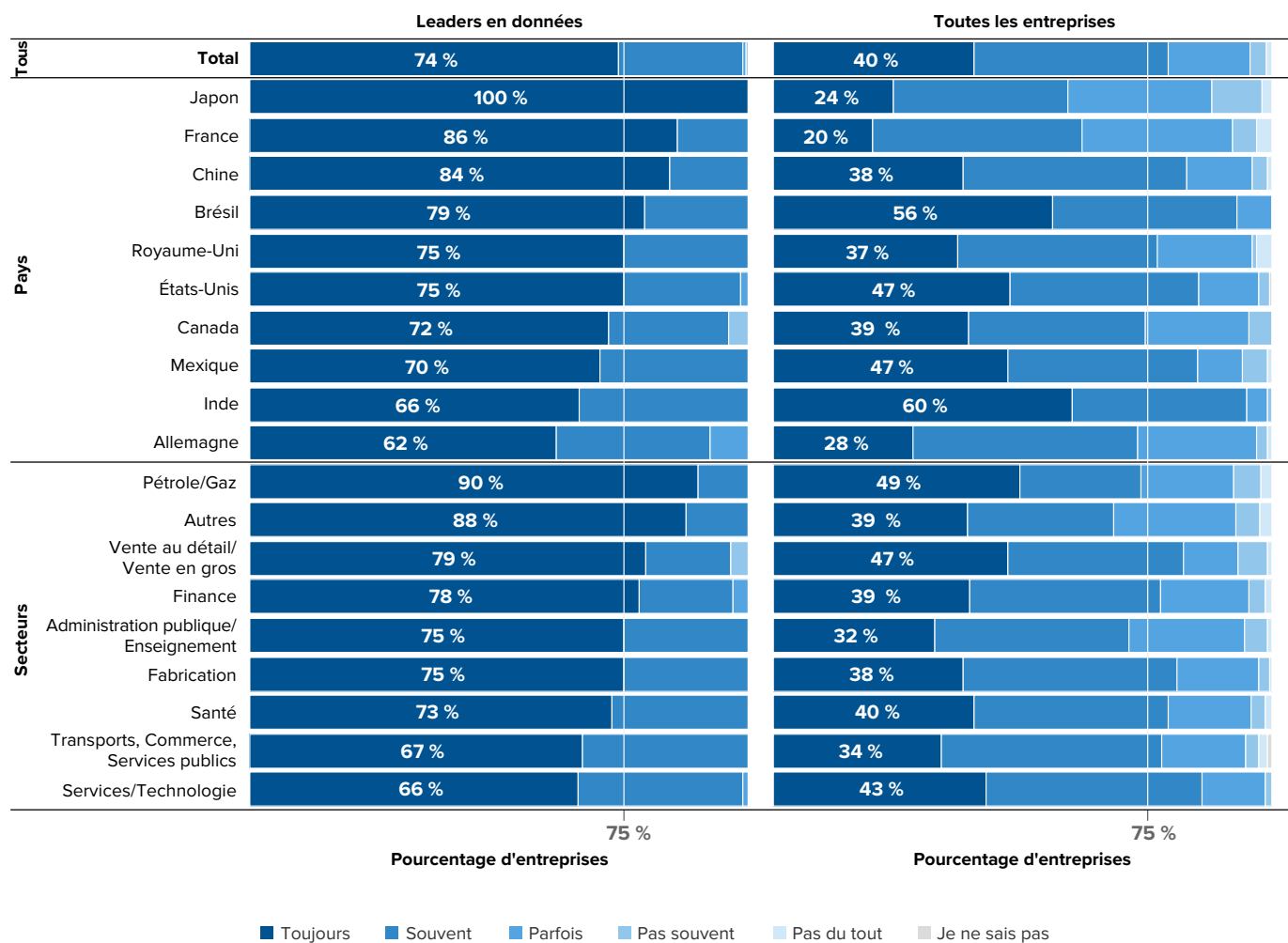
n = 1,100, source : IDC, 2021

## 2. Les données sont utilisées pour recommander des mesures ou des actions

Au cours de leurs activités quotidiennes, il est courant que les employés proposent des mesures ou des actions à suivre. Lorsqu'on leur demande si les données doivent être utilisées pour guider leurs recommandations, jugements ou décisions, les entreprises leaders en données sont six fois plus susceptibles d'indiquer que les données sont « toujours » plutôt que « parfois » requises (figure 4).

FIGURE 4

### Pourcentage d'entreprises qui exigent toujours l'utilisation des données pour soutenir les recommandations



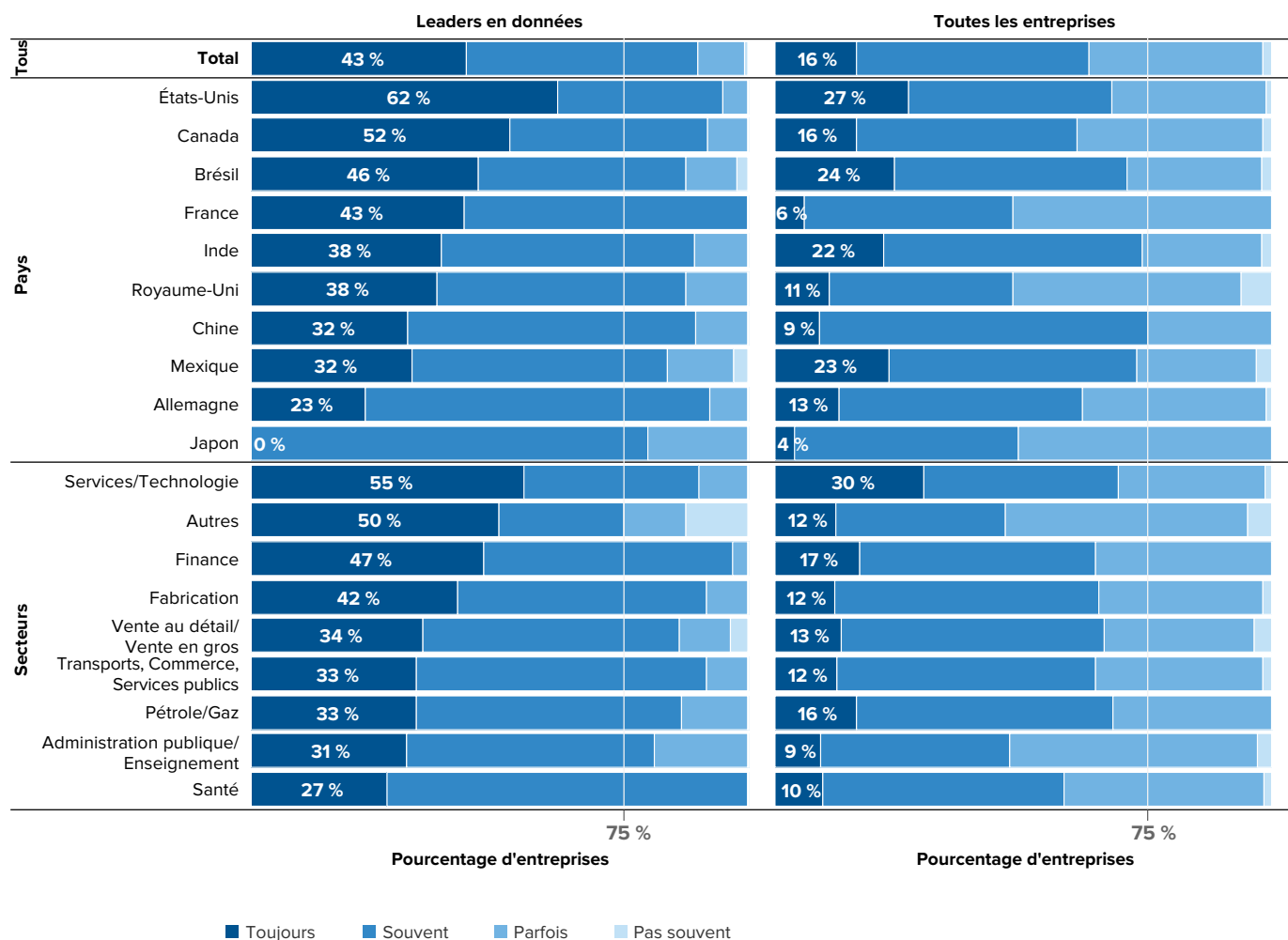
n = 1,100, source : IDC, 2021

### 3. Les données sont utilisées pour épauler les décisions majeures

Lorsqu'on leur demande de réfléchir aux grandes décisions métier prises au cours du mois précédent, les entreprises leaders en données sont 4,5 fois plus susceptibles d'indiquer que les données ont joué un rôle dans ces décisions, qu'elles aient été utilisées pour illustrer une présentation ou pour guider un échange clé (figure 5).

FIGURE 5

#### Pourcentage d'entreprises qui exigent toujours l'utilisation des données dans la prise de décisions majeures



n = 1,100, source : IDC, 2021

## Les principales tendances des entreprises dotées d'une solide culture des données

**Une culture est un ensemble commun d'attributs, de valeurs, d'objectifs et de pratiques qui caractérise une institution ou une organisation. Sur le même modèle, une culture des données englobe les valeurs, les comportements et les attitudes des cadres et des employés à l'égard des données qui sont utilisées dans la prise de décision.**

Les caractéristiques d'une culture des données sont variées, allant des plus visibles (méthodes de formation, outils disponibles et processus métier, par exemple) à d'autres plus subtiles et difficiles à quantifier (notamment empathie, identité et confiance dans les compétences en matière de données).

Grâce à l'évaluation de 17 caractéristiques, nous avons pu identifier cinq types de comportements et de mentalités parmi les participants appartenant à la catégorie des entreprises leaders en données. Malgré une légère variation de ces tendances en fonction des pays, elles sont dans l'ensemble constantes au niveau mondial. En règle générale, nous avons constaté que le Brésil et l'Inde offraient des réponses plus optimistes, tandis que les réponses du Japon, du Canada, de la France, de l'Allemagne et du Royaume-Uni étaient plus pessimistes en comparaison.

### 1. Les entreprises guidées par les données exigent des connaissances pour de nombreuses activités liées aux données

Une entreprise guidée par les données doit posséder de nombreuses compétences, telles que la capacité de trouver et de connecter diverses données, de les analyser et de les interpréter, de les mettre en récit et de les utiliser pour prendre des décisions. Lorsqu'une société recrute des talents armés de ces compétences et investit dans leur formation continue, c'est toute l'entreprise qui devient davantage guidée par les données.



En règle générale, les entreprises leaders en données sont **trois fois plus susceptibles** que les entreprises seulement sensibilisées aux données (data-aware) **d'exiger que leurs nouvelles recrues sachent présenter les données de manière convaincante** dans leur argumentaire

### Asie-Pacifique

Dans cette région, les entreprises seulement sensibilisées aux données affichent un retard de 45 % sur les entreprises leaders en données en ce qui concerne la capacité de leurs équipes à analyser les données. Les participants de Chine et du Japon rencontrent des difficultés dans ce domaine, avec des performances inférieures à la moyenne. Les entreprises indiennes obtiennent des résultats supérieurs à la moyenne en raison de leurs investissements en matière de connaissance des données. **À l'échelle mondiale, seules 3 % des entreprises déclarent ne pas offrir de formation aux compétences sur les données à leurs effectifs.** Il faut toutefois noter qu'un tiers de ces entreprises sont japonaises, ce qui représente 11 % des réponses de ce pays.



## Amérique latine

Parmi tous les pays étudiés, c'est au Mexique que les entreprises profitent le plus de leur investissement en matière de connaissance des données. Le Mexique et le Brésil obtiennent tous deux des notes supérieures à la moyenne dans le domaine de l'analyse et de l'interprétation des données, ainsi que dans l'utilisation des découvertes issues de celles-ci. Ces investissements portent leurs fruits : **en Amérique latine, les membres d'entreprises leaders en données interrogés étaient sept fois plus aptes à trouver et à établir une connexion avec les données** que les membres d'entreprises seulement sensibilisées aux données.

## Amérique du Nord

Les États-Unis sont le pays le plus susceptible de dire que les formations liées aux données sont obligatoires pour leur personnel, un quart des entreprises rendant cette formation obligatoire pour tous les employés. Cette tendance est toutefois largement influencée par **les entreprises leaders en données (37 %) qui requièrent une formation aux compétences en matière de données pour tous leurs employés**. En comparaison, le Canada est moins enclin à rendre les formations obligatoires, même dans les entreprises dotées d'une solide culture des données. Bien que 13 % de tous les participants estiment que les formations sont nécessaires pour l'ensemble du personnel, seules 16 % des entreprises leaders en données les rendent obligatoires.

## Europe de l'Ouest

**Les entreprises d'Europe de l'Ouest obtiennent systématiquement des notes faibles, liées à des investissements inférieurs à la moyenne dans le développement des compétences du personnel.** La France et le Royaume-Uni obtiennent des résultats légèrement inférieurs à la moyenne mondiale (respectivement de 3 et 4 %), tandis que l'Allemagne accuse un retard de 14 %. Face à l'énoncé « Notre entreprise compte des intervenants qui possèdent les compétences nécessaires pour traiter nos questions métier clés à l'aide de données et d'analyses », près d'un quart des participants allemands ont répondu que ce n'était pas le cas.

## 2. Les entreprises guidées par les données accordent autant d'importance à la confiance qu'à la responsabilisation

La confiance est au cœur de la création d'une culture solide, centrée sur l'accès aux données et sur leur utilisation. Les entreprises doivent en effet faire confiance à leurs effectifs et leur donner accès aux données pertinentes pour leur fonction, tandis que ceux-ci doivent pouvoir se fier aux données qu'ils utilisent. Il est essentiel que les entreprises mettent en place une stratégie et une gouvernance adéquates, afin de garantir que les équipes puissent utiliser les données de manière responsable. Elles doivent aussi éliminer tous les obstacles qui les empêchent d'accéder aux données pertinentes.

Les entreprises leaders en données offrent à leur personnel une transparence totale quant à l'utilisation des données et unifient différents services, centres de profit et zones géographiques pour responsabiliser toute l'entreprise. Elles permettent aux employés d'accéder plus facilement aux données dont ils ont besoin pour mener à bien leur tâche.



La tendance à la confiance est souvent **fortement influencée par la culture nationale**. Les employés des entreprises d'Asie-Pacifique et d'Europe de l'Ouest sont **plus susceptibles** de déclarer que leur entreprise assure la **visibilité des données au sein d'un groupe ou d'un service**.

## Asie-Pacifique

**Dans les entreprises de la région Asie-Pacifique, il existe un degré élevé de confiance à l'égard des collègues et de l'entreprise, mais il n'en va pas de même dès lors qu'il s'agit des compétences en matière de données.** Cela mène à des modèles de gouvernance restrictifs qui empêchent l'accès aux données. Les entreprises indiennes seulement sensibilisées aux données déclarent se sentir moins responsables des données, bien que 31 % des participants aient accès à toutes les données de la société. Au Japon, un tiers des entreprises offrent un accès aux données au niveau du service, mais seul un participant a déclaré que ses collaborateurs avaient accès à toutes les données de l'entreprise. Les personnes interrogées en Chine indiquent que la plupart des équipes n'ont pas accès aux données en dehors de leur service.

## Amérique latine

L'Amérique latine obtient les notes les plus faibles en matière de confiance et de responsabilisation. **Au Mexique, seuls 11 % des participants déclarent pouvoir consulter les données de toute l'entreprise. Les entreprises mexicaines obtiennent également la troisième note de confiance la plus faible de l'étude.** La note la plus faible parmi tous les pays participants revient au Brésil. À l'instar des entreprises de la région Asie-Pacifique, un lien direct peut être établi entre ce faible niveau de confiance et un manque de responsabilité personnelle quant à l'utilisation des données. Dans l'ensemble, l'Amérique latine (suivie de près par la région Asie-Pacifique) bénéficierait grandement de la mise en place de recommandations pour l'utilisation des données et de la responsabilisation des utilisateurs.

## Amérique du Nord

Les États-Unis et le Canada décrochent les notes les plus élevées dans cette catégorie, avec des performances supérieures à la moyenne et constantes entre les pays. **En Amérique du Nord, les effectifs d'entreprises leaders en données sont 70 % plus susceptibles que ceux d'entreprises seulement sensibilisées aux données de déclarer que les parties prenantes facilitent l'accès aux données dont ils ont besoin pour faire leur travail.** Cette tendance, plus accentuée que dans les autres régions, peut être attribuée en grande partie à une exposition plus précoce et plus prononcée à des modèles de veille économique en libre-service qui nécessitent un bon équilibre entre autonomie et contrôle.

## Europe de l'Ouest

Les employés des entreprises d'Europe occidentale (ainsi que ceux d'Asie-Pacifique) indiquent que leur entreprise est plus susceptible de rendre les données visibles au sein d'un groupe ou d'un service. Tandis que **les participants britanniques, français et allemands octroient tous à leur entreprise une note supérieure à la moyenne en matière de confiance et de responsabilisation**, les notes les plus élevées proviennent d'entreprises françaises.

### 3. Les entreprises guidées par les données encouragent l'exploration des données et la curiosité

Le fait qu'une entreprise dispose d'outils, de technologies et d'un accès aux données n'en fait pas pour autant une entreprise davantage guidée par les données. Ses employés doivent également adopter une mentalité centrée sur les données. Les équipes des entreprises leaders en données possèdent une identité professionnelle ancrée dans les données et font preuve d'une grande curiosité. Les employés d'entreprises dotées d'une culture des données solide déclarent souvent que leurs cadres préfèrent encourager l'expérimentation avec les données, quitte à connaître des échecs, plutôt que de renoncer à ce que leur entreprise soit guidée par les données.

Ces entreprises permettent à leurs équipes d'expérimenter, d'échouer, d'explorer et d'innover à l'aide de données. Elles s'attendent à ce que chacun utilise les données lors des réunions et dans le cadre de la prise de décisions, plutôt que de se fier à son intuition. Les données deviennent alors un pilier de l'entreprise : les employés sont fiers de leurs compétences analytiques et les données sont placées au cœur des objectifs et des priorités métier.



En moyenne, **73,5 % des participants** issus **d'entreprises leaders en données** (toutes zones confondues) déclarent **systematiquement baser leurs décisions sur les données**, contre 5,7 % seulement dans les entreprises seulement sensibilisées aux données.

#### Asie-Pacifique

Les pays de cette région montrent de légères variations. Les participants chinois indiquent le taux de satisfaction le plus faible de la région quant à la manière dont leur entreprise utilise et explore les données pour innover. **Les entreprises japonaises obtiennent des notes légèrement supérieures à la moyenne en ce qui concerne la curiosité et l'exploration des données.** Ce phénomène est probablement lié en partie à la mentalité données du secteur de la fabrication : parmi les participants à l'étude, 32 % favorisent en effet la méthode Kaizen ou d'autres techniques de fabrication dites « lean » (au plus juste). En Inde, où 22 % des personnes interrogées appartiennent au secteur services/technologie, des notes plus élevées peuvent être associées à l'importance de l'innovation.

## Amérique latine

Parmi les cinq tendances présentées dans ce livre blanc, la note la plus élevée de l'Amérique latine concerne la mentalité données, contribuant ainsi à 30 % de la note de la région pour l'indice de la culture des données. Dans cette région, **83 % des participants déclarent que les données sont « un élément clé de leur identité professionnelle » ou que leur fonction est « fortement guidée par les données »**. Ce résultat est en partie attribuable aux secteurs axés sur les données. Parmi les participants mexicains, 19 % travaillent en effet dans le secteur des services et 19 % dans le secteur de la fabrication (15 % en particulier sont liés aux processus industriels). Au Brésil, 38 % des participants appartiennent au secteur services/technologie et 14 % au secteur financier.

## Amérique du Nord

En matière d'approche professionnelle guidée par les données, l'Amérique du Nord obtient des notes relativement moyennes. Du point de vue de la mentalité, **il peut être utile de tenir compte de l'influence des normes industrielles et de la répartition des secteurs dans les pays des participants**. Les entreprises canadiennes interrogées sont en effet principalement affiliées au secteur financier et au secteur administration publique/enseignement. Or, seuls 13,2 % et 10,3 % (respectivement) des membres de ces secteurs à l'échelle mondiale déclarent que les données sont « un élément clé de leur identité professionnelle ». Aux États-Unis, la majorité des réponses provient du secteur services/technologie. Pour ce secteur, 24,1 % des entreprises (toutes régions confondues) épousent l'énoncé précédent et 27 % sont classées comme une entreprise qui accorde une grande importance aux données. Ces chiffres peuvent être comparés à d'autres secteurs mondiaux : pétrole/gaz (24,2 %), vente au détail/vente en gros (18,5 %), fabrication (17,7 %), autres (17,1 %), transport/communication/services publics (16,8 %) et santé (12,5 %).

## Europe de l'Ouest

L'Allemagne, la France et le Royaume-Uni montrent une plus grande variation régionale des notes liées à l'ouverture et à l'encouragement de l'exploration des données. **L'exploration des données semble être particulièrement encouragée au Royaume-Uni. Ce pays bénéficie également de la plus grande distribution sectorielle, car 76 % des participants britanniques sont répartis parmi cinq secteurs**. La moyenne allemande suit la tendance internationale, avec une part quasiment égale de réponses provenant du secteur de la fabrication (20 %) et du secteur financier (18 %), ce qui influence grandement les notes (hautes ou basses) liées à la mentalité données. La France obtient quant à elle les notes les plus basses parmi tous les pays de l'étude, ce qui est partiellement dû au fait que 9 % de participants appartiennent au secteur des services publics, dans un pays dominé par les organisations syndicales.

## 4. Les entreprises guidées par les données éliminent les cloisonnements et mettent l'accent sur la collaboration

Notre nature est avant tout sociale, et les interactions enrichissent notre vie quotidienne. De même, dans le contexte de la culture des données, les entreprises où toutes les équipes communiquent et collaborent à l'aide des données sont plus prospères. Chacun peut échanger des idées et meilleures pratiques, tout en développant une utilisation empathique des données. Les employés des entreprises leaders en données offrent et reçoivent ouvertement de l'aide, non seulement au sein des équipes, mais également entre divers groupes et centres de profits. Ces entreprises sont plus aptes à éliminer les cloisonnements et à créer des environnements où les utilisateurs peuvent et veulent partager leurs découvertes et analyses.

## Asie-Pacifique

Parmi les entreprises interrogées en Inde, **92 % organisent des conférences en personne sur le thème des données ou de l'analytique, soit un pourcentage légèrement plus élevé que celui des entreprises indiennes qui organisent des conférences virtuelles pour leurs employés (87 %)**. En Chine, les conférences internes sur le thème des données sont également courantes : **93 % des entreprises organisent des conférences en personne, tandis que 71 % seulement organisent des conférences virtuelles**. Le Japon montre un engagement moins important dans les programmes de développement communautaire : 65 % des participants organisent des conférences en personne, tandis que 51 % organisent des conférences virtuelles et 54 % mettent en place des groupes d'utilisateurs virtuels.

## Amérique latine

Dans l'ensemble, on dénote une tendance à l'entraide dans le domaine des données : 85 % des professionnels sont certains ou absolument certains de pouvoir compter sur leurs collègues pour répondre à des questions liées aux données. L'Amérique latine arrive en tête de ce classement : **98 % des participants brésiliens et 94 % des participants mexicains expriment un degré de confiance identique** (près de la moitié des Brésiliens, soit 48 %, sont absolument certains de pouvoir compter sur leurs collègues). En Amérique latine, ce réseau de soutien informel s'accompagne de programmes analytiques offerts pendant les heures de bureau ; 89 % des entreprises situées en Amérique latine offrent ce service à leur personnel.

## Amérique du Nord

Au cours des dernières années, de nombreux programmes de renforcement communautaire ont été créés sur le thème des données et de l'analytique. L'Amérique du Nord épouse en grande partie la tendance mondiale dans ce domaine : **les entreprises dotées d'une solide culture des données investissent dans au moins cinq activités de renforcement communautaire, tandis que celles qui n'ont pas encore transformé leurs cultures des données se limitent à deux activités ou moins**. Aux États-Unis, on note une préférence pour les forums internes sur le thème des données ou de l'analytique, tandis que le Canada met l'accent sur les groupes d'utilisateurs ou les séances pratiques communautaires.

## Europe de l'Ouest

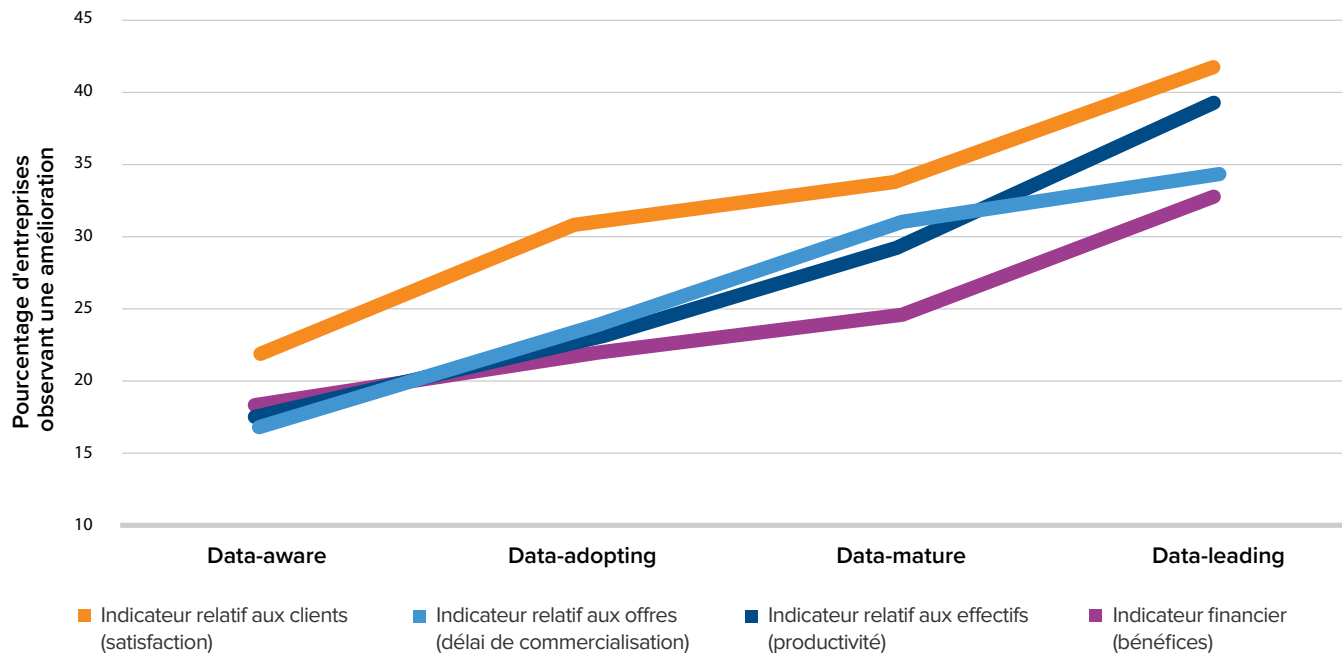
En Europe de l'Ouest, **82 % des participants issus d'entreprises leaders en données sont absolument certains de pouvoir demander l'aide de leurs collègues, contre 13 % seulement dans les entreprises qui sont au stade de l'adoption des données (data-adopting)**. Ce résultat est en partie lié à l'omniprésence d'une assistance et de programmes données et analytiques pendant les heures de bureau. Ces types de programmes sont plus appréciés en France et en Allemagne que tout autre programme de développement communautaire. De plus, les trois quarts des participants britanniques organisent régulièrement des réunions de groupe d'utilisateurs ou des séances pratiques.

## 5. Les entreprises guidées par les données s'engagent pour exploiter le potentiel des données

Comme l'indique [l'InfoBrief IDC](#), nous avons établi une corrélation incrémentielle entre le classement d'une entreprise sur l'indice de la culture des données et ses performances sur un ensemble d'indicateurs métier (figure 6).

FIGURE 6

### La culture des données procure de substantiels dividendes



n = 1,100, source : IDC, 2021

La plupart des entreprises veulent adopter une prise de décision davantage guidée par les données, mais seules celles où les dirigeants s'engagent à faire les investissements nécessaires atteignent leurs objectifs. Ces investissements doivent porter sur le personnel, les processus et les technologies qui permettent de déployer et d'adopter les données et l'analytique à grande échelle.

L'engagement des cadres est l'un des éléments clés de la culture des données. Les entreprises dirigées par des cadres qui comprennent l'importance des données et qui les utilisent eux-mêmes au quotidien peuvent devenir plus rapidement des leaders en matière de données. Ce niveau d'engagement est essentiel pour créer une culture des données solide au sein de l'entreprise.



Au niveau mondial, on constate une **différence moyenne de 46,2 %** entre les entreprises leaders en données et les entreprises seulement sensibilisées aux données concernant le **traitement des données en tant qu'actif** et la **reconnaissance de la valeur qu'elles procurent**.



Les cadres d'entreprises leaders en données sont **huit fois plus susceptibles d'utiliser eux-mêmes les données** dans leur travail que ceux d'entreprises simplement sensibilisées aux données.



Les pays qui obtiennent une note en dessous de la moyenne pour les investissements en matière de données ont aussi tendance à obtenir une note faible en matière de connaissance des données, **ce qui démontre une relation analogue entre les investissements pour exploiter le potentiel des données et la connaissance des données**.

## Asie-Pacifique

Cette région présente des différences plus marquées entre les pays participants. Les entreprises chinoises sont en effet **plus susceptibles d'avoir un directeur des données et un directeur de l'analytique, avec un taux de 57 %, soit 14 % de plus que tout autre pays**. Parmi les entreprises indiennes, 38 % ont un **directeur des données ou un directeur de l'analytique**, mais 18 % des participants déclarent qu'un cadre supérieur est chargé de la stratégie données de l'entreprise. Ce résultat suit de près celui du Japon, où 28 % des participants évoquent une structure similaire. Ce pays est également le seul où un nombre important d'entreprises signale un manque de leadership en matière de données : plus d'un dixième des entreprises indiquent l'absence d'un responsable des données. Il est donc peu surprenant que 30 % des participants japonais interrogés soient « peu sûrs de la valeur de leurs données », un taux largement supérieur aux autres pays de l'étude.

## Amérique latine

Au Brésil, **40 % des participants peuvent identifier un cadre responsable de l'analytique, contre 44 % des participants mexicains**. Il est intéressant de noter que le responsable de l'analytique d'une entreprise mexicaine est tout aussi susceptible de dépendre du directeur des opérations que du PDG. Ce cas de figure est également observé dans un autre pays : la France. Les participants mexicains ont tendance à s'attribuer une forte identité données, ce qui révèle un fossé entre, d'une part, les travailleurs du savoir qui veulent et qui tentent d'extraire de la valeur des données et, d'autre part, le manque d'engagement de l'équipe de direction. Cette lacune est toutefois une opportunité pour les dirigeants d'investir afin de mettre les sources de données au service de leurs objectifs métier stratégiques.

## Amérique du Nord

Les États-Unis obtiennent des notes nettement inférieures à la moyenne en matière d'engagement d'exploitation du potentiel des données, car 30 % seulement des entreprises américaines comptent un directeur des données ou un directeur de l'analytique. En comparaison, les participants canadiens obtiennent des notes supérieures à la moyenne, mais leur organisation interne est intéressante : **en effet, bien qu'un quart des entreprises canadiennes disposent de l'un de ces directeurs, leur investissement dans l'exploitation des données est solide et continu.**

## Europe de l'Ouest

Cette région montre aussi de grandes différences du point de vue de l'engagement d'exploitation du potentiel des données. Au Royaume-Uni, 38 % des entreprises emploient un directeur des données ou un directeur de l'analytique. En Allemagne, 32 % des entreprises ont un directeur des données ou un directeur de l'analytique désigné, mais **16 % déclarent que les données sont la responsabilité de plusieurs personnes (une réponse rarement rencontrée dans d'autres pays)**. En France, les entreprises ont plus tendance à confier cette responsabilité à un directeur ou à un employé plus bas dans la hiérarchie (36 %) qu'à un directeur des données ou un directeur de l'analytique (31 %). En conséquence, 41 % des participants français déclarent « traiter les données comme un actif, mais être peu sûrs de la valeur de leurs données ».





# Perspectives

Maintenant que nous avons présenté la culture des données et ses avantages, une question s'impose : comment créer une culture des données ? Et si certains aspects d'une culture des données sont déjà en place, comment l'entreprise peut-elle passer à la phase de maturité suivante ?

## Identifiez vos lacunes en matière de culture des données

**Vous devez comprendre que le changement des comportements va bien au-delà d'un simple déploiement technologique :** vous devez agir pour favoriser une mentalité data au sein de votre entreprise. Par exemple, si vos services sont cloisonnés, est-il possible de commencer à échanger et à collaborer à l'aide des données ? Ou si c'est déjà le cas, devez-vous définir de nouvelles attentes pour l'utilisation des données dans le cadre de vos réunions et échanges clés ? Si possible, identifiez des personnes guidées par les données dans chaque service et désignez-les comme « champions des données » afin qu'elles encouragent l'utilisation des données et des meilleures pratiques au sein de leurs groupes.

## Bénéficiez d'investissements progressifs dans la culture des données

**Ne soyez pas intimidé par le concept de la culture des données.** Quel que soit le point de départ de votre entreprise pour devenir une entreprise guidée par les données, chaque étape du parcours procurera des avantages supplémentaires.

Par exemple, les données d'enquête montrent que les entreprises obtiennent leurs meilleurs indicateurs financiers, client et produit lorsqu'elles passent du statut d'entreprise simplement sensibilisée aux données à celui d'entreprise adoptant les données. Vos progrès sur l'échelle de la maturité de la culture des données vous offriront des avantages concrets dont vous pourrez tirer parti.

## Faites évoluer les mentalités par petites touches

**Les mesures visant à améliorer la culture des données ne sont pas toujours des engagements financiers importants** qui vous obligent à produire des analyses de rentabilité ou à demander des investissements. Des mesures simples incluent par exemple la création d'opportunités d'échange d'idées et de meilleures pratiques, la mise en place d'une équipe analytique avancée qui enseigne l'utilisation efficace des données pendant les heures de bureau, ou l'ajout des compétences en matière de données à vos critères d'embauche pour tous les postes.

## Les cadres ont un impact important

**L'un des éléments clés d'une culture des données est le soutien et la participation des cadres.** Lorsque les dirigeants utilisent des données dans leurs communications et leur prise de décision, ils donnent le ton au reste de l'entreprise. Même les entreprises qui existent depuis des dizaines d'années peuvent devenir davantage guidées par les données si elles s'engagent à faire de bons investissements, à la fois financiers, en temps et en énergie.

## Adoptez de nouveaux indicateurs pour mesurer vos progrès

**Tous les progrès ne se mesurent pas en termes d'avantages financiers.** Il faut parfois attendre plusieurs années pour obtenir un retour sur investissement net positif, en particulier dans le cas de mises à niveau technologiques importantes. Les avantages clés se traduisent toutefois souvent par une meilleure expérience pour les clients et/ou pour le personnel, une meilleure capacité à se démarquer de la concurrence et une plus grande résilience aux bouleversements massifs.

# Conclusion

**La culture des données rassemble tous les comportements et mentalités liés aux données qui influencent le fonctionnement de l'entreprise. Lorsque tous les membres d'une entreprise ont accès aux données, ils peuvent prendre des décisions plus avisées et obtenir de meilleurs résultats.**

Comme le montre cette étude, ce phénomène ne se limite pas à un secteur ou à une région. À l'échelle mondiale, les entreprises qui disposent d'une culture des données solide en tirent de nombreux avantages, tels qu'une meilleure collaboration, une plus grande innovation grâce à l'exploration des données, sans oublier une valeur ajoutée mesurable. Une culture des données solide ne naît pas du jour au lendemain : les dirigeants qui prennent des mesures progressives pour développer leur culture des données obtiendront des résultats phénoménaux au fil du temps.

# Présentation de l'analyste



## **Chandana Gopal**

**Directrice de recherche, Future of Intelligence, IDC**

Chandana Gopal est directrice de recherche du service Future of Intelligence pour le cabinet d'étude de marché et de conseil IDC. Son sujet de recherche principal couvre les technologies qui influencent les capacités analytiques des entreprises, telles que l'intelligence artificielle, la veille économique et la veille sur les données, ainsi que des éléments culturels tels que connaissances en matière de données et le partage des connaissances. Basées sur son expérience dans le domaine de l'intégration et de l'analytique, les recherches de Chandana Gopal mettent également l'accent sur la façon dont les entreprises peuvent développer leurs capacités analytiques et les utiliser pour se démarquer de la concurrence et accélérer leur croissance.

[Découvrez le profil de Chanda Gopal](#)

# Un message de notre sponsor

Tableau est particulièrement bien placé pour aider les décideurs à rendre leur entreprise guidée par les données grâce à notre plateforme puissante, notre communauté de clients inégalée et notre **méthodologie éprouvée pour développer une culture** des données solide, composée d'étapes concrètes pour générer de la valeur opérationnelle.

Le guide de la culture des données est destiné aux dirigeants qui souhaitent générer davantage de valeur en développant l'utilisation des données à l'échelle de toute l'entreprise. Découvrez comment cultiver un état d'esprit et des comportements qui favorisent la culture des données, en commençant par quatre domaines clés :

- ▶ Harmoniser les indicateurs de la direction et les priorités métier
- ▶ Créer des sources de données pour répondre aux questions clés
- ▶ Augmenter la valeur grâce à des cas d'utilisation spécifiques
- ▶ Encourager la découverte des données à l'échelle de l'entreprise

## Révélez le potentiel de vos données et de vos collaborateurs

[Guide de la culture des données](#)

[Success Stories](#)

## IDC Custom Solutions

Publication réalisée par IDC Custom Solutions. Le groupe Custom Solutions d'IDC propose des services de conseil et organise des événements pour le secteur de l'informatique, des télécommunications et de la technologie grand public afin d'aider ses clients à planifier, commercialiser, vendre et prospérer sur le marché mondial. Nous créons des analyses de marché exploitables et des programmes de marketing puissants qui offrent des résultats mesurables.



 @idc

 @idc

[idc.com](https://www.idc.com)

Toutes les recherches d'IDC sont sujettes au copyright © 2021 par IDC. Tous droits réservés. Tous les supports d'IDC sont concédés sous licence avec l'autorisation d'IDC ; l'utilisation ou la publication de recherches par IDC ne représente en aucun cas le point de vue d'IDC sur les produits ou stratégies du sponsor ou du titulaire de la licence.

[Politique de confidentialité](#) | [CCPA](#)