



**La data : un enjeu stratégique
au cœur du business**

La data : un enjeu stratégique au cœur du business

L'exploitation des données permet aux entreprises de rester compétitives et de garantir leur croissance future. Et les entreprises en sont conscientes. De fait, partout dans le monde, elles consacrent des ressources importantes aux nouvelles technologies pour se procurer un avantage concurrentiel.



Mais font-elles les investissements nécessaires pour atteindre leurs objectifs ? Et sont-elles conscientes que la Data ne se résume pas à un seul sujet technologique ?

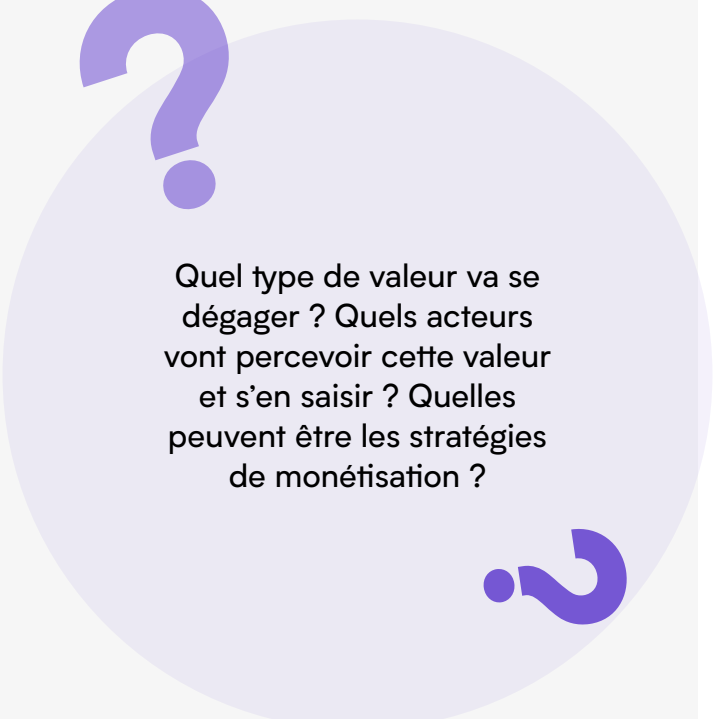


Samuel Descroix, Partner Data Thinking chez Micropole, répond à ces questions et nous livre son analyse.

Un nouvel Ecosystème

Si elle le décide, les données d'une entreprise peuvent être exposées et accessibles à un ensemble varié d'acteurs interconnectés à l'environnement de cette entreprise... Cela profite aux partenaires (sociétés du secteur privé, entreprises de services publics, startups, établissements d'enseignement supérieur, instituts de recherche, investisseurs...) qui valorisent ces données et leur accordent une autre valeur.

Autrement dit, à partir de ce patrimoine de données, l'entreprise se place de façon stratégique au centre d'un écosystème ; c'est-à-dire au cœur des interactions permettant à toutes les parties prenantes d'améliorer ou de créer des services novateurs.



Quel type de valeur va se dégager ? Quels acteurs vont percevoir cette valeur et s'en saisir ? Quelles peuvent être les stratégies de monétisation ?

Répondre à ces questions par la théorie est difficile et serait peu productif, car la valeur se révélera à l'usage.

En effet, l'innovation vient avant tout des écosystèmes qui privilégient la diversité de cultures, de compétences et d'expertises techniques. Quand l'écosystème est bien pensé, il forme une caisse de résonance pour capter les signaux faibles et l'humeur du consommateur.

Quand il s'ouvre aussi aux fournisseurs, aux partenaires, aux milieux académiques... il forme comme un forum qui va permettre d'identifier les innovations de demain.





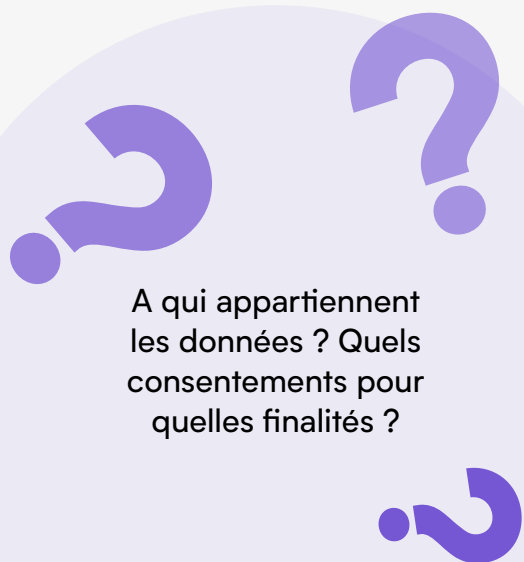
Un nouveau Business Model

La valeur principale de la Data étant une valeur d'utilité, les entreprises privilégiant son exploitation cherchent à partager largement les données pour créer de nouveaux revenus, tout en gardant le contrôle de la source. Cela leur permet aussi de concurrencer d'autres acteurs spécialisés sur leur secteur et de s'ouvrir à des diversifications avec la création de nouveaux produits, applications ou services. Elles créent ainsi de nouveaux Business Models grâce à la Data.

Cette stratégie réside dans un parti pris, la valeur des données est future et elle se révélera dans leurs réutilisations. En effet, le producteur de données n'est pas toujours le mieux placé pour trouver une valeur économique dans l'usage de ses données. Il faut parfois le regard d'un tiers pour identifier tout le potentiel.

Protection et usage des données

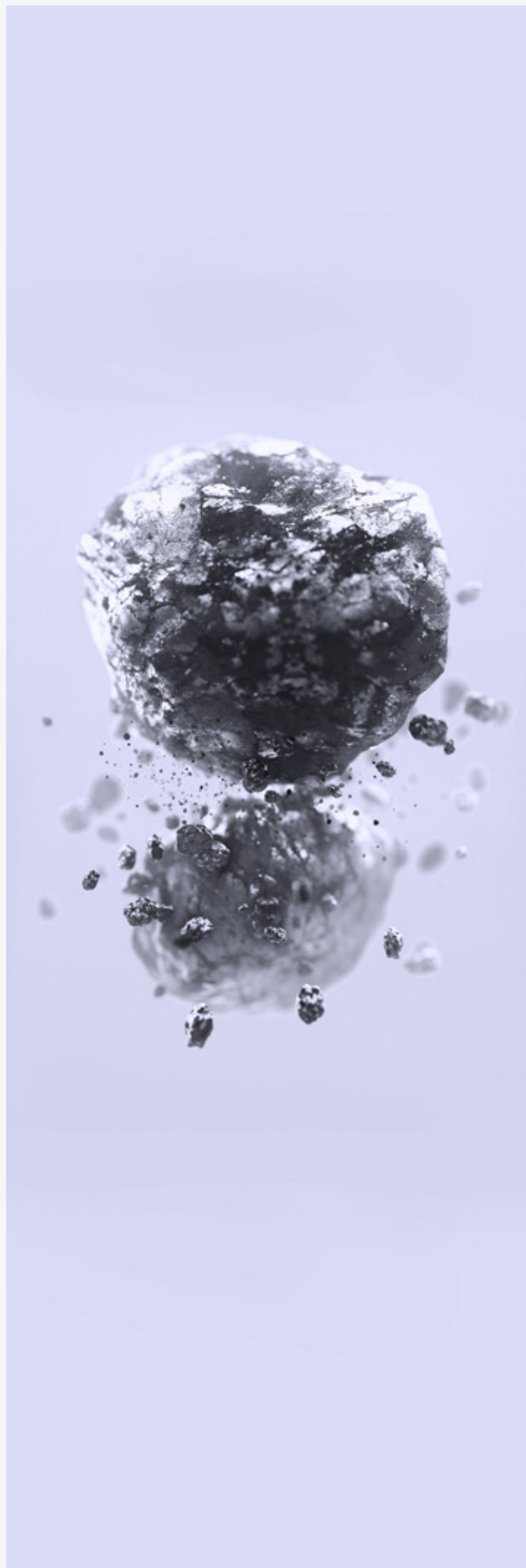
Du côté gouvernance et protection des données, ces transformations entraînent, à n'en pas douter, des débats autour de la propriété et l'usage des données. Les entreprises sont impactées par la législation.



A qui appartiennent les données ? Quels consentements pour quelles finalités ?

L'enjeu, pour les entreprises, est d'intégrer la dimension « protection des données » dès la phase de conception des produits et, d'assurer ainsi, la transparence et le contrôle : By Design. Une telle démarche conditionne la confiance des utilisateurs, la conformité aux législations et donc le développement pérenne de nouveaux produits.

La législation avance en même temps que la technologie. Une véritable bataille sur l'utilisation des données est donc à prévoir.



Data Fluent ?

Enfin, le sujet d'embarquement du collectif, la transformation des organisations, des femmes et des hommes de l'entreprise est un sujet à part entière. Aujourd'hui, environ ¼ seulement de la population des entreprises est prêt, au sens RH du terme, à être un acteur sur la Data. L'accompagnement humain, organisationnel, culturel et de compétences est primordial pour aborder sereinement ces nouveaux Business Models. Certaines entreprises l'ont déjà compris avec la mise en place, au sein de leur entité, d'académies autour de la Data capables d'accompagner les collaborateurs en interne vers cette transformation.

On voit ici que la réussite de cette transformation Business dépend fortement de la capacité des collaborateurs à s'adapter à ces changements. Côté RH, la Data peut être une véritable opportunité permettant aux entreprises de proposer de nouveaux parcours, de nouvelles trajectoires de carrières et, ainsi, de garder les talents. Encore faut-il qu'ils soient correctement accompagnés dans cette transformation.



Samuel DESCROIX,
Partner Data Thinking chez Micropole