

CDO : les priorités contrariées du responsable des données

Les responsables des données ou chief data officers (CDO) et leurs équipes ont des priorités. La mise en oeuvre d'une stratégie dédiée à l'analyse et à la valorisation des données, ainsi que la diffusion d'une culture data dans l'entreprise en font partie.

Mais ces priorités sont contrariées.

C'est ce que montrent les résultats partiels d'une [enquête](#)* publiée par le cabinet Gartner.

La société d'études souligne que la « mauvaise connaissance des données ([data literacy](#)) » est le principal obstacle à la création et aux bénéfices d'une culture axée sur les données.

Pour mieux faire, le machine learning ou ML (pour 76% des CDO interrogés) et l'[intelligence artificielle \(IA\)](#) (67%) sont jugés d'une importance critique. Dans la pratique, 65% des CDO déclarent utiliser ou tester des projets ML et 53% le disent pour d'autres projets d'IA.

Ces taux sont supérieurs à ceux portant sur l'utilisation de la blockchain (16%) et de contrats intelligents ou smart contracts (18%) par les équipes data.

Qu'en est-il de la mesure de la valeur des jeux de données et actifs informationnels ?

Valorisation des données

45% des CDO ont déclaré s'appuyer sur des indicateurs de qualité des données (pertinence, exactitude, exhaustivité, usage).

Ils sont moins nombreux (29%) à mesurer l'impact de ces actifs sur les processus métier par le biais d'indicateurs de performance (KPI).

En outre, 8% des répondants seulement disent mesurer la valeur financière de ces actifs.

Pourtant, 60% des CDO déclarent qu'une bonne gestion des actifs informationnels permet d'améliorer les processus internes. 57% qu'elle permet d'augmenter la valeur des produits et services. Un sur deux pense même qu'elle contribue à l'amélioration de nouvelles offres.

« La gouvernance de l'information est importante, en particulier la gestion des données de référence (Master Data management, MDM) », a déclaré Debra Logan, vice-présidente de recherche chez Gartner. « Mais les CDO ne devraient jamais perdre de vue les résultats commerciaux qu'ils tentent d'obtenir par ce biais », a-t-elle ajouté.

Pour l'analyste, « se concentrer exclusivement sur la gouvernance, même le MDM, ne suffit pas pour [réussir en tant que CDO](#). » Une réussite qui passe par la valorisation.

Justement, une minorité (19%) dit vendre des données ou concéder des licences d'exploitation par l'intermédiaire de courtiers de données ou de places de marché en ligne. 17% le feraient

directement auprès de tiers, contre rémunération.

**257 CDO et analystes data ont répondu à l'enquête en ligne réalisée par Gartner de septembre à décembre 2018.*

(crédit photo © Shutterstock)