

Transformer les données en valeur grâce aux data product marketplaces

La boîte à outils du Chief Data Officer



opendata**soft**

L'évolution de la fonction de Chief Data Officer

Les CDO ont toutes et tous un objectif ultime et unique : transformer les données de leur entreprise en valeur métier afin qu'elle atteigne ses objectifs globaux. Leur mission est donc de veiller à ce que ces données soient consommables à grande échelle, dans l'ensemble de l'entreprise, par toutes les équipes.

Les data products apparaissent comme le moyen essentiel de réaliser cette transformation. Actifs data spécifiques et de grande valeur, les produits de données ou data products sont créés pour répondre à un besoin business de l'organisation. Ils concentrent tout ce qui est nécessaire pour consommer des données dans une solution unique et prête à l'emploi. Ils sont suivis en permanence et régis par des data contracts clairs. Les data products permettent aux utilisateurs métiers et aux agents d'IA de consommer les données à grande échelle, offrant ainsi une rentabilité solide sur les investissements data réalisés.

Cependant, pour être largement adoptés, les data products doivent être faciles à détecter et à partager à l'ensemble de l'entreprise. C'est là que les [data product marketplaces](#) entrent en jeu : espaces centralisés de partage de données en libre-service, ces solutions connectent les utilisateurs aux data products, instaurent la confiance, approfondissent la collaboration, renforcent la gouvernance et facilitent la monétisation et la démocratisation des données.

Ce guide vise à fournir aux CDO des cadres pratiques, des outils et des conseils pour déployer avec succès des data products et des marketplaces au sein de leurs organisations. Il énonce les mesures à prendre dès maintenant pour tirer parti de leurs avantages et atteindre l'objectif ultime : transformer les données en valeur.

Sommaire

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | Comprendre le potentiel des data product marketplaces | 4 |
| 2 | Élaborer une stratégie de data product marketplace | 6 |
| 3 | Mettre en place une data product marketplace | 8 |
| 4 | Garantir la gouvernance et la conformité sur les data product marketplaces | 10 |
| 5 | Exploiter votre data product marketplace pour un impact business | 12 |
| 6 | Mesurer le succès et faire évoluer la data marketplace | 14 |

1. Comprendre le potentiel des data product marketplaces

Une data product marketplace est une plateforme collaborative uniformisée et centralisée conçue pour promouvoir et permettre la consommation de data products et de toutes sortes d'actifs data. Elle met en lien trois types de public :



Les utilisateurs de données, qui trouvent les données et y accèdent via leur interface intuitive de type e-commerce en libre-service



Les propriétaires de données, qui créent et publient des data products et d'autres actifs, et collaborent avec les utilisateurs pour les inciter à consommer ces ressources



Les équipes de gouvernance et d'administration des données, qui contrôlent l'accès aux données, suivent leur utilisation et gèrent la marketplace

Les data product marketplaces peuvent être internes, avec des données partagées au sein de l'entreprise ; d'un écosystème, avec des données diffusées à des partenaires par exemple ; ou publiques, auquel cas tous les types de public y ont accès. Quel que soit le type de data product marketplace déployé, ces dernières ont en commun les mêmes fonctionnalités de base.

Principales fonctionnalités : recherche des données facilitée, expérience utilisateur intuitive, gestion des accès solide et sécurisée, et possibilité de monétiser les data products pour augmenter le retour sur investissement.





De plus en plus d'organisations de tous les secteurs adoptent désormais les data product marketplaces pour démocratiser le partage et la consommation de données. Et la consommation ne se limite pas seulement aux utilisateurs humains : les data products sont conçus pour être lisibles par une machine, ce qui signifie qu'ils peuvent être connectés et ingérés par des algorithmes et des agents d'IA, contribuant ainsi au succès de l'intelligence artificielle grâce à des données fiables et de haute qualité. Point central assurant la consommation généralisée de données, les data product marketplaces sont dorénavant au cœur des stratégies des CDO.

Les data product marketplaces sont en quelque sorte le dernier kilomètre entre les utilisateurs et les données de l'entreprise. En renforçant la confiance dans les data products et en les rendant aussi faciles d'accès qu'un achat sur une plateforme e-commerce, les data product marketplaces encouragent une consommation plus large. Cela accélère le partage et la collaboration des données en libre-service, ce qui permet une plus grande efficacité, une productivité accrue, une meilleure prise de décision à partir des données, et de nouvelles innovations dans les produits et services.



Les data products peuvent être connectés et ingérés par des algorithmes et des agents IA

2. Élaborer une stratégie de data product marketplace

Pour élaborer leur feuille de route, les CDO suivent une démarche en trois étapes. Tout d'abord, avoir des objectifs et besoins définis : s'agit-il d'améliorer la collaboration interne, de partager des données publiques, de monétiser ses données ou les trois à la fois ? Cette première étape aidera à orienter la création des data products et des indicateurs qui seront ensuite utilisés pour suivre et juger de la réussite.

Ensuite, il convient de mettre en place un premier socle technique. Grâce à leurs interfaces intuitives, les data product marketplaces sont faciles à créer, mais ont un potentiel qui dépasse largement le simple site web. Comme une plateforme e-commerce, elles ont des fonctionnalités puissantes pour centraliser les données, assurer une gouvernance optimale et garantir la sécurité.

Cela englobe :

- ✓ un catalogue de données pour inventorier toutes les données d'une entreprise ;
- ✓ une gestion des métadonnées pour garantir la gouvernance et faciliter l'accessibilité ;
- ✓ un contrôle d'accès renforcé et granulaire pour garantir la sécurité, la confidentialité et la conformité des données ;
- ✓ une interopérabilité avec les systèmes existants au sein de la stack de données et technologique, une connexion aux données partout où elles sont générées et stockées.

Enfin, votre marketplace a besoin de data products. Comme sur un site e-commerce, elle doit rendre disponibles les produits que les utilisateurs veulent consommer.

Comme une plateforme e-commerce, elles ont des fonctionnalités puissantes pour centraliser les données, assurer une gouvernance optimale et garantir la sécurité.

Les entreprises génèrent un volume de données toujours plus important. Or, la transformation de chaque actif data en un data product nécessiterait d'énormes ressources, mettant en péril la réalisation de ses objectifs globaux ; c'est pourquoi les CDO doivent plutôt se concentrer sur des cas d'utilisation spécifiques et de grande valeur qui répondent à des besoins métier précis. Il convient donc de commencer par une évaluation complète de la maturité de l'organisation concernant les données. C'est-à-dire l'identification des parties prenantes et des cas d'utilisation, en tenant compte des commentaires des utilisateurs sur les données qu'ils souhaitent consulter, et la collaboration avec les propriétaires de données pour les livrer ensuite sous forme de data products. C'est un processus itératif, avec une feuille de route des nouveaux produits créés reposant sur les besoins actuels et futurs des utilisateurs.



3. Mettre en place une data product marketplace

Une fois la stratégie définie, les entreprises doivent la mettre en œuvre en développant leur data product marketplace et en se concentrant sur l'adoption des utilisateurs. Il est essentiel de choisir la technologie adaptée.

Votre solution doit être évolutive pour répondre à vos besoins, offrir une expérience intuitive en libre-service, et garantir la sécurité et la bonne data gouvernance.

Pour la plupart des entreprises, le choix optimal est une plateforme SaaS d'un fournisseur externe dédié. Créer votre propre solution "in-house" n'est pas une option réaliste, car elle nécessite des compétences spécialisées, des connaissances et de l'expérience pour créer la technologie, la maintenir et la faire évoluer en fonction des besoins. S'associer à un partenaire spécialisé élimine ces frais, ce qui permet d'obtenir une solution évolutive, basée sur le cloud et sécurisée qui intègre les dernières technologies et connaissances pour

répondre en permanence à vos besoins. La technologie de data product marketplace d'Opendatasoft a été développée pendant plus de 13 ans et déployée pour alimenter plus de 3 000 data marketplaces dans 25 pays. De grandes entreprises comme Schneider Electric, TotalEnergies, UK Power Networks, Veolia, Endeavour Energy, et Swisscom, des ministères et administrations centrales ainsi que des régions et villes/métropoles telles que Paris, Vancouver, Long Beach, Leicester, Namur et Eindhoven, utilisent déjà cette technologie.

Une fois votre partenaire technologique sélectionné, l'étape suivante consiste à construire votre plateforme de data marketplace. Cela implique une approche double : d'une part, créer la marketplace elle-même selon les critères de votre identité de marque, et d'autre part, tester l'interface avec les utilisateurs tout en travaillant avec les propriétaires de données pour l'alimenter avec des data products. Commencez par intégrer tous les data products et

actifs data existants pour encourager les propriétaires à contribuer, et demander aux utilisateurs les données qu'ils aimeraient voir figurer sur la plateforme. Mettez en place des processus de gouvernance et d'intégration clairs pour vous assurer que vous pouvez vous connecter aux sources de données, valider leur qualité et garantir un accès fiable avec des métadonnées et des descriptions complètes pour faciliter leur recherche et instaurer la confiance.



Les marketplaces de données ont cette particularité d'être intuitives pour les non-spécialistes. C'est d'autant plus important que la consommation et le partage de données sont une nouvelle expérience pour nombre d'équipes. Par conséquent, mettez en place un programme complet de communication et de formation à ce nouvel outil afin de favoriser l'adoption. Annoncez les objectifs au début du projet, communiquez autour des progrès accomplis, encouragez l'implication et suscitez l'engouement

à l'approche du lancement. Formez les équipes aux méthodes d'utilisation de la data marketplace et intégrez leurs retours dans sa conception et son ergonomie pour améliorer davantage l'implication. La communication doit se poursuivre bien au-delà du lancement de la data marketplace : indiquez les critères de succès à chaque étape du projet, annoncez de nouveaux data products disponibles et organisez régulièrement des webinaires et des appels pour informer toutes les équipes.



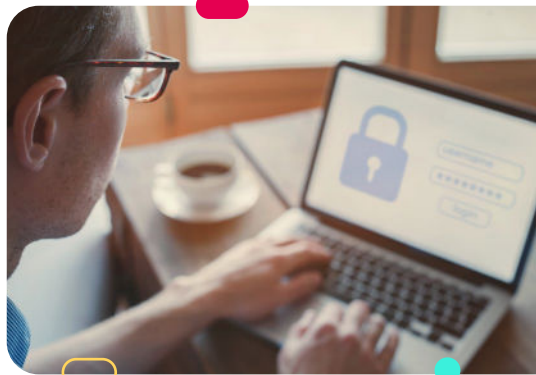
4. Garantir la gouvernance et la conformité sur les data product marketplaces

Qu'elles fournissent des données à des humains ou qu'elles alimentent une IA, les marketplaces exposent de grands volumes de données. Elles doivent donc être conformes aux normes de sécurité et de gouvernance des données de l'entreprise, et respecter les réglementations ainsi que la déontologie en matière de traitement des données. Ces mesures de sécurité doivent être intégrées à votre marketplace de données, et s'intégrer de manière fluide à des processus et solutions de gouvernance et de sécurité plus larges.

Souvent, les actifs data contiennent des données confidentielles ou sensibles qui ne peuvent pas être diffusées à grande échelle au sein de l'entreprise. Les niveaux d'accès diffèrent selon les équipes. Par exemple : le service marketing doit pouvoir consulter les dossiers clients, mais pas les informations financières, qui doivent être limitées au service comptabilité. Cela signifie que la data marketplace doit offrir une gestion des accès granulaire, selon les fonctions et des critères, avec une traçabilité complète. Des flux de travail et des processus de validation renforcés doivent également permettre aux utilisateurs de demander l'accès à des data products spécifiques afin d'optimiser le partage sécurisé.

La data marketplace doit offrir une gestion des accès granulaire, selon les fonctions et des critères, avec une traçabilité complète.

Dans le cadre de la gouvernance, les marketplaces de données doivent respecter les réglementations telles que le RGPD, la CCPA et d'autres législations pertinentes. En d'autres termes, elles doivent faciliter l'application des règles de sécurité au niveau de l'entreprise de manière automatisée et complète, réduisant ainsi les tâches administratives tout en assurant la conformité.



Clients, partenaires et citoyens exigent à juste titre que leurs données soient traitées de manière déontologique et impartiale. Bien que cet aspect ait toujours été important, l'essor de l'IA rend cette exigence plus importante encore pour l'entreprise, car les modèles et les agents s'appuient sur les données pour prendre des décisions à grande échelle. Les marketplaces de données sont donc conçues pour suivre des règles de déontologie claires et assurer la transparence autour des données partagées. Cela inclut l'accès aux données d'un data product, afin que les utilisateurs et les autorités de réglementation puissent vérifier leur origine et les informations détaillées et être rassurés.

5. Exploiter votre data product marketplace pour un impact business

Les data product marketplaces vous permettent avant tout de faire augmenter la consommation de données, ce qui a un impact dans de nombreux domaines de l'entreprise. Ces avantages varient en fonction du type de marketplace que vous déployez, et doivent être intégrés dès le départ à votre étude de cas et votre suivi :

Data product marketplace interne

Les entreprises actuelles exploitent les données, et une marketplace interne garantit l'efficacité du processus de partage des données. Ainsi, une seule version de l'information est accessible au sein de l'entreprise, ce qui évite de créer des informations redondantes ou d'effectuer des recherches chronophages. La prise de décision est fondée sur des données plus complètes, pour des résultats mieux étayés et plus précis. Les équipes chargées des données peuvent se concentrer sur des tâches plus stratégiques plutôt que de devoir répondre en permanence aux demandes de données de base des utilisateurs métiers, car ces informations sont disponibles sur la marketplace. La centralisation des

données décloisonne les systèmes et les équipes. Cela engendre une véritable transformation, facilite un partage efficace des données entre les services, et stimule la collaboration et l'innovation.

Face au succès de sa data marketplace publique, l'opérateur ferroviaire belge Infrabel a créé une nouvelle solution interne pour faciliter l'accès aux données internes clés de ses 10 000 salariés. Tout le monde, du PDG aux équipes sur le terrain, peut accéder au portail optimisé pour les smartphones et l'utiliser pour trouver les informations nécessaires pour améliorer la prise de décision, l'efficacité et la collaboration.

Data product marketplace au sein d'un écosystème

En partageant des données avec des partenaires ou des clients, les entreprises renforcent leurs écosystèmes et sont en mesure d'améliorer la collaboration autour d'objectifs communs, qu'il s'agisse de décarbonation, d'optimisation de la chaîne d'approvisionnement ou de conformité réglementaire. Les entreprises bénéficient d'un accès à des produits de données tiers qui améliorent leurs propres opérations. Ils peuvent monétiser leurs données et les fournir comme un service à d'autres acteurs, créant ainsi de nouvelles sources de revenus et un élément de différenciation.

Pour partager ses données avec son écosystème, Schneider Electric, leader mondial de la technologie industrielle, a lancé sa plateforme Exchange, une marketplace de services de données pour la collaboration et la mise en réseau entre les acteurs du secteur de l'énergie. Propulsée par Opendatasoft, la marketplace contient désormais un large éventail de données et produits, permettant à Schneider Electric de travailler facilement avec son écosystème pour créer de la valeur et contribuer à améliorer l'efficacité énergétique.

Data product marketplace publique

Les entreprises des secteurs publics et privés doivent aujourd'hui faire preuve de transparence quant à leurs opérations et à leurs résultats. Elles doivent rendre des comptes à leurs parties prenantes, qu'il s'agisse d'investisseurs, de citoyens ou des autorités de réglementation. La publication de produits de données compréhensibles par le biais d'une marketplace intuitive favorise la transparence, la collaboration et une plus grande confiance.

Au Royaume-Uni, la West of England Mayoral Combined Authority, dont l'objectif est d'agir en faveur d'un avenir plus vert, utilise sa data product marketplace publique pour encourager

la transparence, montrer les atouts économiques de la région afin d'attirer les investissements, inciter au passage à une « consommation zéro nette » et accélérer la restauration de la nature.

Un de ses principaux data products est un référentiel interactif qui fournit une ressource intuitive reposant sur une carte afin d'aider les agriculteurs, les propriétaires fonciers, les entreprises, les autorités locales, les collectivités et la société civile à prendre des mesures efficaces pour restaurer la nature et les habitats naturels. Ces outils fournissent des données sur les niveaux actuels de biodiversité ainsi que des liens directs vers des ressources, comme les subventions et les programmes environnementaux disponibles.

6. Mesurer le succès et faire évoluer la data marketplace

La simple création d'une data product marketplace marque le début de votre parcours de partage de données. Pour montrer les résultats en termes de valeur et d'impact sur l'entreprise, vous devez suivre en permanence la performance de la marketplace selon des indicateurs clés, et itérer et évoluer pour répondre aux besoins en constante évolution des utilisateurs.

Les indicateurs doivent mesurer à la fois les niveaux d'activité (tels que le nombre de datasets partagés et l'implication des utilisateurs) et les retombées pour l'entreprise (telles que le retour sur investissement, la précision et la rapidité de la prise de décision). Pour ce qui est de l'activité, les marketplaces doivent offrir des capacités intégrées de traçabilité des données pour suivre la popularité des data products et la façon dont ils sont utilisés. Non seulement on obtient une vue d'ensemble de l'utilisation à un instant T, mais on met également en évidence les domaines à exploiter. Par exemple : si les données sur les clients ou les volumes de production sont bien utilisées, y a-t-il d'autres produits de données que vous pouvez créer sur ces thématiques ?



En plus de développer l'offre de data products de la marketplace, les CDO doivent s'efforcer d'élargir leur champ d'application, d'itérer et améliorer l'expérience utilisateur.



Exemple : étudiez des publics spécifiques et créez des parcours personnalisés pour eux, via des pages ou des tableaux de bord qui rassemblent toutes les données pertinentes en un seul endroit. Essayez sans cesse d'améliorer la marketplace, en fournissant aux utilisateurs de meilleurs outils pour trouver et visualiser les données, par exemple. Le déploiement de l'IA générative et de l'analyse avancée aide les utilisateurs non spécialistes à s'interroger sur les données et à obtenir des réponses rapides et précises, ce qui permet d'augmenter leur consommation de données. Assurez-vous que votre fournisseur de data marketplace dispose d'une feuille de route claire pour les évolutions à venir et étudie de nouvelles technologies et capacités qui soutiendront votre mission principale, à savoir augmenter la consommation de données et la valeur métier.

Pourquoi les data product marketplaces sont au cœur de la réussite des CDO

Les entreprises perçoivent la valeur qu'apporte le partage de données lorsqu'elles sont mises à disposition des humains et de l'IA. Cela signifie que les CDO doivent faire face à une pression constante pour fournir des données à grande échelle sur l'ensemble de l'entreprise, en faisant tomber les barrières et en renforçant le partage. Comme l'explique ce guide, les data products et les marketplaces sont essentiels pour atteindre cet objectif. Ils rendent les données précises, fiables et consommables facilement détectables et utilisables par tous les publics, en interne comme en externe, tout en assurant la sécurité, la confidentialité et la conformité réglementaire. Elles représentent le dernier kilomètre manquant entre les utilisateurs et les données, pour une plus grande consommation, un réel retour sur investissement et une véritable valeur métier. Quel que soit votre secteur d'activité, les données font désormais partie des éléments de compétitivité d'une entreprise. Vous l'aurez compris : il est temps d'investir dans une data product marketplace pour libérer vos informations et révéler leur valeur.



Opendatasoft est le leader de la démocratisation des données. Sa solution de data product marketplace permet aux organisations d'offrir un accès unique, sécurisé et en self-service aux actifs de données, y compris leurs data products, pour toutes les équipes métier ou les parties prenantes externes.

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.

Contact our experts to find out more

opendatasoft