

La data product marketplace

[démystifiée]

Guide pratique dédié aux leaders data
pour générer de la valeur au service des métiers

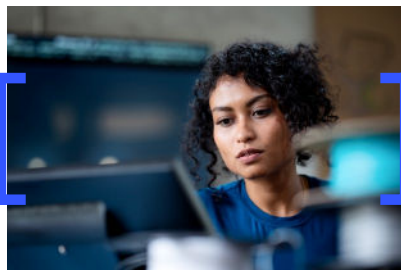


Fluwise

Pourquoi les solutions actuelles échouent-elles à stimuler l'usage des données ?

Proposer des données faciles à consommer est l'une des clés de toute organisation réellement data-centric. Cette approche permet de gagner en efficacité, d'améliorer la productivité et de prendre des décisions plus éclairées, tout en ouvrant la voie à l'innovation, au développement de nouveaux services monétisables et à l'adoption de l'IA. Pourtant, les outils existants, tels que les data catalog, ne parviennent pas à s'adapter à la consommation de données ni à en débloquer la valeur.

Pour les leaders data, l'enjeu est donc clair : démocratiser l'accès et l'usage des données à grande échelle. Ce guide a donc été rédigé pour vous aider à choisir l'approche optimale afin d'atteindre cet objectif et de maximiser la valeur de vos données grâce aux data products et aux data marketplaces.



Aujourd'hui, les données restent largement sous-exploitées. Pourquoi ? Une croissance exponentielle des volumes, une multiplication des sources et une production toujours plus rapide, qui ont complexifié les stacks technologiques. Résultat : des données éparpillées sous différentes formes (jeux de données, tableaux de bord) et dans différentes solutions, rendant leur exploitation difficile. Si les systèmes d'information modernes parviennent à gérer ce déluge, la diversité des outils qu'ils intègrent pose souvent des problèmes d'interopérabilité.

Dans le même temps, il est devenu essentiel de rendre ces données accessibles à un large public, du néophyte à l'expert data. Mais à l'heure actuelle, les données ne sont pas mises à disposition sous une forme facilement exploitable : elles ne sont ni packagées, ni contextualisées, ni intégrées dans un produit simple à utiliser (comme un produit de grande consommation), que ce soit par des utilisateurs humains ou des agents d'IA.

La data product marketplace est une solution innovante qui offre aux utilisateurs métier un accès en libre-service aux données rendues facilement consommables.

Les solutions existantes, comme les catalogues de données, se limitent à un inventaire technique souvent automatisé. Elles se concentrent sur les métadonnées sans réellement apporter d'informations exploitables sur la valeur ou la qualité des données, les réservant ainsi aux experts. Si elles facilitent la gestion des données, elles ne répondent pas au besoin croissant de démocratiser leur utilisation.



Comment, alors, concilier gestion efficace des données et consommation pour tous ? Les data product marketplaces apportent une réponse innovante. Conçues pour offrir un accès en self-service, elles simplifient la publication, la gestion et la gouvernance des actifs data, y compris des data products. Elles sont essentielles à la démocratisation des données et à un entraînement précis des modèles et agents d'IA.

Ce guide présente les bonnes pratiques essentielles pour les Chief Data Officers (CDO) et responsables data souhaitant exploiter pleinement les **data products et data product marketplaces** pour générer de la valeur sur le long terme.



Jean-Marc Lazard

Président & Co-Fondateur
Huwise

Sommaire

- | | | |
|---|---|----|
| 1 | Pourquoi les data products et les data marketplaces sont des éléments clés pour activer la valeur des données | 5 |
| 2 | Comment nos clients créent déjà de la valeur grâce à notre data product marketplace | 17 |
| 3 | Les 8 piliers d'une stratégie de data product marketplace réussie | 23 |
| 4 | Checklist : 10 étapes pour mettre en place une data product marketplace | 32 |
| 5 | Conclusion - Equipez les métiers avec des data products et créez de la valeur | 36 |
-

1

Pourquoi les data products et les data marketplaces sont des [éléments clés] pour activer la valeur des données

Qu'est-ce qu'un data product ?

Les données brutes ne sont généralement pas exploitables en l'état par tous les utilisateurs. Pour en extraire de la valeur, les responsables des données doivent donc les transformer en actifs pertinents,

utilisables et réutilisables par les métiers.

Les data products transforment les données en valeur. Pour qu'ils révèlent tout leur potentiel, ils doivent être accessibles à tous via des data product marketplaces, qui facilitent le partage, encouragent le libre-service et offrent une expérience utilisateur intuitive.

Un data product est un actif de données spécifique, exploitable et à haute valeur ajoutée. Il se distingue par cinq caractéristiques clés :

[1] Besoin identifié

Il répond à un besoin spécifique et stratégique pour l'entreprise.

[2] Prêt à l'usage

Il est prêt à être consommé et met à disposition tous les outils nécessaires pour comprendre les données sous-jacentes (visualisations, interfaces, etc.). Il n'affiche pas les détails techniques des données et processus, mais ceux-ci restent accessibles sur demande pour garantir la transparence.

[3] Utilisation à grande échelle

Il s'adresse à un grand nombre d'utilisateurs potentiels, et offre de la valeur à grande échelle.

[4] Mise à jour continue

Il est régulièrement contrôlé, mis à jour et amélioré – ce n'est pas un produit figé.

[5] Data contracts

Il est encadré par des data contracts définissant des SLA sur la qualité des données, leurs usages et les accès autorisés.

Tous les actifs de données n'ont pas nécessairement besoin d'être des data products. En revanche, les data products sont le meilleur moyen pour les utilisateurs de consommer des données à grande échelle, car ils offrent une valeur immédiate. Ils sont également essentiels dans l'écosystème de l'IA, en permettant aux agents IA d'accéder et d'utiliser les données. Les data products facilitent la mise à disposition des données de manière intelligible, favorisent la création de nouveaux usages et services, contribuent au changement et permettent la monétisation des données.

Les data products jouent un rôle clé dans le cadre d'une [approche data mesh](#)¹, mais peuvent toutefois être créés de manière indépendante. Ils nécessitent plusieurs composantes pour fonctionner, comme le montre le schéma ci-dessous.

« Un data product est une combinaison organisée et autonome de données, de métadonnées, de sémantique et de modèles. Il inclut une logique d'accès et de mise en œuvre certifiée, conçue pour répondre à des scénarios métier spécifiques et faciliter sa réutilisation. Un data product doit être prêt à l'utilisation (et donc jugé fiable par ses consommateurs), maintenu à jour (par les équipes techniques) et approuvé pour un usage conforme (en vertu de data contracts/accords). Ces produits permettent de répondre à divers cas d'usage, tels que le partage et la monétisation des données, l'analyse dans un domaine spécifique ou encore l'intégration d'applications. »

Gartner®, 2024



1 L'approche data mesh est une démarche fédérée et décentralisée de la gestion des données, qui permet le partage et la démocratisation des données dans l'ensemble de l'organisation.

Composants techniques clés des data products

Gouvernance
pour des accès
contrôlés et le
respect des SLA

**Livraison et
provisioning**
via DataOps

Design
pour la création

Data contract

- ✓ Conditions générales
- ✓ Contrôles d'accès
- ✓ Support tarification et FinOps
- ✓ Qualité des données
- ✓ SLA
- ✓ Configuration des environnements
- ✓ Gestion des versions
- ✓ Sémantique et métadonnées
- ✓ Interfaces et modèles
- ✓ Packs de tests de régression
- ✓ Intégration continue
- ✓ Bases de données intégrées
- ✓ Pipelines

L'utilisation des data products est en plein essor. Selon l'enquête Chief Data and Analytics Officer (CDAO) de Gartner en 2024, 50 % des personnes interrogées ont déjà déployé des data products, et 29 % s'engagent à piloter ou à envisager un déploiement au cours de l'année prochaine.



[50%]

des personnes interrogées ont déjà déployé des data products

Qu'est-ce qu'une data product marketplace ?

Une data product marketplace est une plateforme collaborative standardisée et centralisée conçue pour promouvoir et permettre la consommation de data products et d'autres actifs de données. Elle remplit trois fonctions essentielles :

Publier

Les producteurs de données peuvent facilement publier des actifs de données, y compris des data products.

Découvrir/Explorer

Les utilisateurs de données peuvent rapidement trouver, consulter et consommer des actifs data en self-service.

Gérer

Les équipes de gouvernance des données peuvent approuver ou auditer l'accès et l'utilisation, et voir les modifications apportées aux actifs data.



Orchestrée par les administrateurs et opérateurs de la plateforme, la data product marketplace fonctionne comme un site e-commerce. Elle met en relation acheteurs et vendeurs, répondant à leurs besoins respectifs et facilitant les échanges. Les consommateurs peuvent trier les data products par popularité, note ou pertinence, ce qui renforce la confiance et encourage l'utilisation. De leur côté, les producteurs peuvent promouvoir des produits spécifiques à forte valeur et suivre l'utilisation de leurs données, ainsi que les objectifs des utilisateurs.

Avec une expérience utilisateur intuitive et une interface personnalisable aux couleurs de l'entreprise, la data product marketplace est indépendante des systèmes utilisés pour créer et gérer les données. Elle ajoute une couche de consommation au catalogue de données, transformant ainsi un simple inventaire technique en une plateforme permettant de rendre les données compréhensibles et partageables à grande échelle.

« Notre marketplace nous a vraiment aidés à communiquer l'importance du partage de données au sein de l'entreprise. Elle a permis de réunir différentes équipes et de faciliter les échanges en leur donnant accès à un espace centralisé. »

Responsable des données, secteur de l'énergie



Une data marketplace peut être **interne, partagée avec des partenaires ou clients sélectionnés** (écosystème) ou **publique** (open data). Les données peuvent être accessibles gratuitement ou monétisées.

Les data product marketplaces démocratisent l'accès aux données à travers une solution collaborative et en libre-service, tout en boostant la productivité, l'innovation, le ROI et la transparence.

Une data product marketplace repose sur trois piliers essentiels :

[1] Gouvernance des données

Notamment un catalogue référençant l'ensemble des données disponibles, peu importe leur emplacement (applications métier, data lakes, entrepôts de données, solutions BI et de data visualisation, cloud), ainsi qu'un glossaire, des outils de contrôle qualité, la gestion des métadonnées et la traçabilité des données.

[2] Gestion unifiée et optimisée

Capacité d'administrer les accès aux données de manière sécurisée, d'offrir une expérience personnalisée, d'automatiser l'administration et de suivre l'usage des données grâce à des outils d'analyse.

[3] Expérience utilisateur fluide et en self-service

Notamment un moteur de recherche sémantique avancé pour faciliter la découverte des données, des fonctionnalités de collaboration et diverses options de partage (visualisations, API vers des outils tiers, y compris des LLM pour l'IA générative).

Les bénéfices des data product marketplaces

Internal et B2B Data product marketplaces

Productivité

- ✓ Capacité des équipes data à gérer les volumes et les demandes
- ✓ Hausse de la productivité des équipes métier

Innovation

- ✓ Création de nouvelles offres de services digitaux et génération de revenus

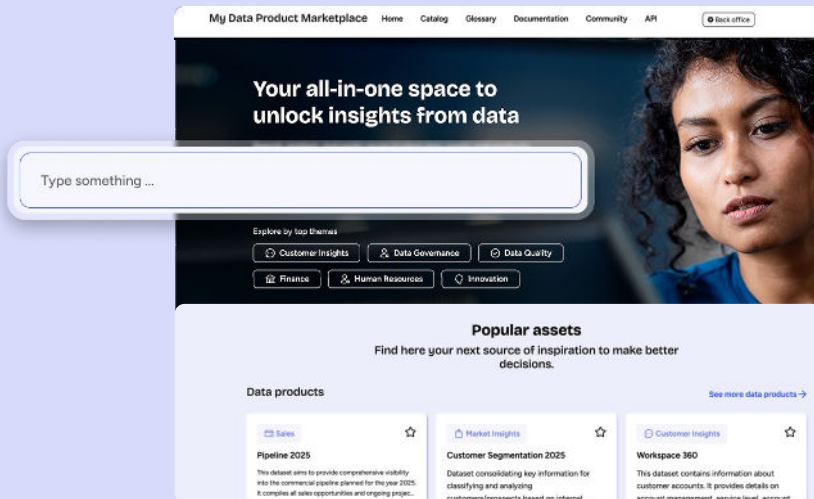
Optimisation

- ✓ Rentabilité des budgets et dépenses dans les outils data

Open Data product marketplaces

Transparence

- ✓ Gestion des risques (compliance, obligations réglementaires, communication et engagement, etc.)



Pourquoi les data product marketplaces sont le meilleur moyen de partager des data products

Partager des data products à grande échelle est essentiel à leur adoption. Il est déjà possible de les partager de manière ponctuelle par e-mail, via des intranets ou des wikis d'entreprise, ou encore à l'aide de solutions de data management.

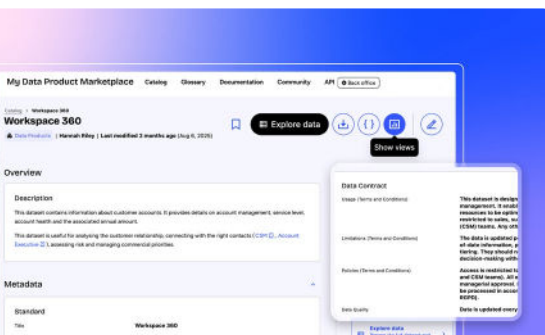
Mais ces méthodes ne sont pas du tout adaptées aux utilisateurs non techniques, et ne permettent pas aux équipes data de contrôler ou de gouverner les données efficacement.

« Le principal facteur clé de succès de la démocratisation des données est de les mettre à disposition via des points de distribution où tous les problèmes de gestion des données ont été résolus. Cela permet de savoir qui produit les données, où les trouver et comment les consommer. »

Chief Data Officer, Services financiers



Les data product marketplaces sont des plateformes collaboratives optimales pour les producteurs et les consommateurs de data products. Conçues pour répondre aux besoins des producteurs, consommateurs et équipes de gouvernance, elles permettent d'automatiser la diffusion, la disponibilité et la consommation des actifs data, en particulier des data products. **Les data product marketplaces valorisent et mettent en avant les data products, favorisant ainsi leur consommation.**



→ Pour les producteurs

Elles permettent de créer des data products dans la marketplace, ou de relayer des produits créés en amont. La plateforme facilite le partage et la monétisation des data products tout en garantissant la conformité et la gouvernance.

→ Pour les consommateurs

Elles vont au-delà de simples catalogues statiques et permettent aux utilisateurs de découvrir et d'accéder directement aux data products (plutôt qu'à un simple référentiel), mais aussi d'interagir avec les producteurs en laissant des commentaires. Les data products peuvent être consommés directement dans la plateforme (par exemple sous forme de visualisations) ou exportés via des API.

→ Pour les équipes data

Elles offrent des fonctionnalités de gouvernance et de sécurité pour surveiller et mesurer l'usage des data products et autres actifs, améliorant ainsi l'expérience utilisateur et l'offre de données au fil du temps.

Moyens de créer et de partager des data products sur une data product marketplace :



Mode "Boutique"

Les produits et les actifs sont créés et gérés par une équipe data centralisée.



Data mesh

Approche décentralisée/fédérée avec des outils et des processus fournis aux équipes métier par l'équipe data centrale. Les équipes métier sont ensuite responsables de leurs propres data products.



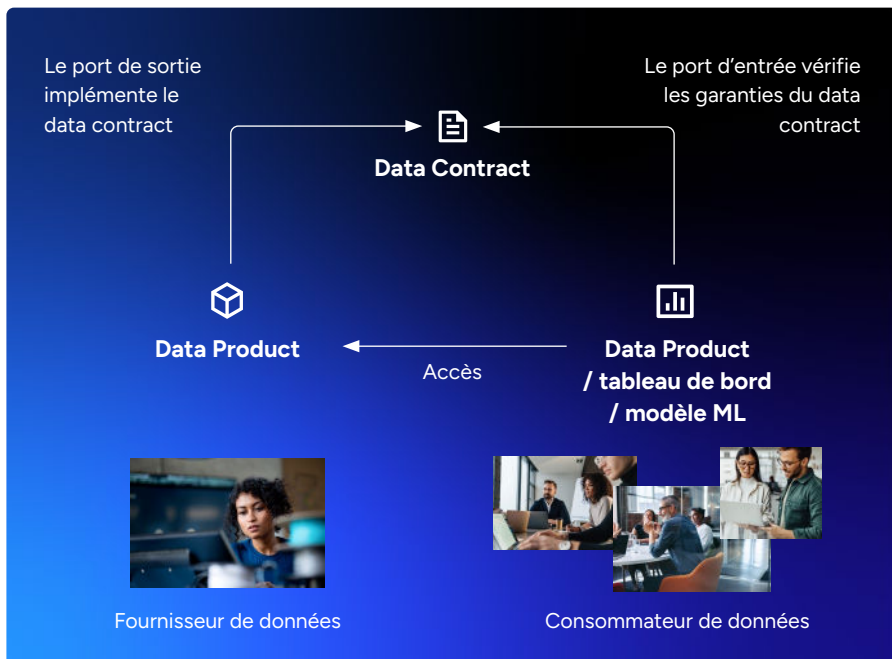
Peer-to-peer

Plus avancée que le data mesh, cette solution permet aux utilisateurs de publier/partager leurs propres data products, dans le cadre de règles/cadres de gouvernance spécifiques.

L'importance des data contracts

Un data contract est un accord formel définissant la manière dont les données sont structurées, formatées et échangées entre les différents composants d'un système de données. Les data contracts fournissent un SLA pour un data product spécifique et son utilisation, garantissant ainsi la cohérence, la fiabilité et la conformité des données. Pour prendre une image, ils jouent le même rôle qu'un contrat entre un acheteur et un vendeur sur une marketplace e-commerce.

Les data contracts détaillent de manière précise ce que le propriétaire du data product a l'intention de fournir et comment ce data product doit être utilisé, installant ainsi un rapport de confiance avec les utilisateurs. Les data contracts sont publiés avec les data products concernés sur la marketplace à destination des utilisateurs, et doivent être à la fois lisibles par l'homme et la machine pour alimenter les modèles d'IA.



Les 4 différences principales entre les data product marketplaces et des catalogues de données traditionnels

[1] Fonctions clés du data catalog

Les data product marketplaces intègrent nativement les fonctionnalités que proposent les catalogues, notamment un glossaire, des liens vers les actifs data, la gestion des métadonnées et la traçabilité des données.

[3] Self-service

Elles offrent une expérience fluide en self-service, car elles ont été conçues spécifiquement pour les utilisateurs non techniques.

[2] Accès direct

Elles offrent un accès direct et instantané aux produits et actifs de données afin de prendre en charge le « dernier kilomètre ».

[4] UX optimisée

Elles mettent en avant les data products de manière visuellement attractive, à l'image d'un site e-commerce, ce qui encourage leur consommation.



		Catalogue de données	Data product marketplace
STRUCTURE	Ingestion	Indexation automatique Les connecteurs analysent toutes les sources de données disponibles	Sélection manuelle Les métadonnées des data products sont ajoutées manuellement par leurs propriétaires
	Entités	Actifs de données Des millions de tableaux, vues, fichiers, sujets, rapports provenant de toutes les sources de données	Data Products Seuls les produits gérés et conçus pour être partagés avec d'autres équipes
	Modèle de données	Schéma physique Le modèle de données est dérivé de la structure technique	Data Contracts La syntaxe, la sémantique, la qualité et les conditions d'utilisation sont définis en YAML
	Gestion des accès	Politiques d'accès Les data stewards définissent et valident les politiques d'accès de manière centralisée	Workflows de demande d'accès Processus en self-service permettant aux utilisateurs de faire une demande d'accès et aux fournisseurs de la valider
	Gouvernance	Tags annotés Les actifs sont annotés avec des tags par les équipes data après indexation	Gouvernance par contrats Les propriétaires de données définissent les conditions d'utilisation en fonction des politiques de l'entreprise

Catalogue de données



Référentiel centralisé de métadonnées

Stocke les métadonnées et les indexe



Enrichissement des métadonnées

Avec classification confidentielle et autres tags



Glossaire / Dictionnaire de données

Description et profilage des données



Qualité des données

Stocke les règles de qualité à la fois métier et techniques



Contrôle des données

Politiques d'utilisation et de sécurité



Traçabilité des données

Suivi des données de la source à la destination

Data product marketplace



Portail utilisateur

Offre une expérience fluide de type e-commerce



Panier d'achat

Permet de demander l'accès en précisant l'usage prévu



Indices de confiance et avis

Les clients peuvent évaluer les data products et fournir des indices de confiance.



Gestion des accès et de l'utilisation

Contrôle l'usage et l'accès des utilisateurs



Publication

Permet aux utilisateurs de publier des data products



Lignage de données métier & Analyse de la conversion

Suivi de l'usage et de la consommation de données

2

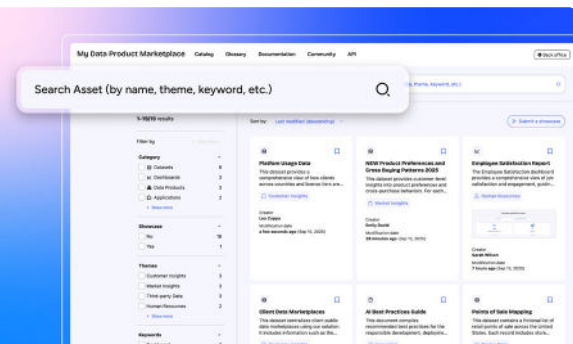
Comment nos clients créent déjà de la valeur grâce à notre [data product marketplace]

Chez Huwise, nous collaborons depuis plus de 13 ans avec les plus grandes organisations publiques et privées afin de les aider à accélérer la consommation de données et tirer parti de leurs informations. Nous répondons aux besoins de **350 clients dans 25 pays, avec plus de 3 000 marketplaces à notre actif**. Des entreprises telles que Schneider Electric, TotalEnergies, UK Power Networks, Veolia, Endeavour Energy et Swisscom, des gouvernements et agences gouvernementales, ainsi que de grandes villes telles que Paris, Vancouver, Long Beach, Leicester, Namur et Eindhoven nous font confiance et utilisent nos services.



La solution de data product marketplace Huwise

Huwise aide les organisations à proposer des données prêtes à l'emploi et en self-service à leurs collaborateurs et partenaires, favorisant leur autonomie et la démocratisation des données. Notre plateforme SaaS offre un accès simple et rapide à tous les produits et actifs de données d'une organisation, et permet de partager ces données à l'échelle en un temps record avec toutes les équipes.



La solution data product marketplace Huwise permet de créer une plateforme complète pour favoriser l'adoption des données. Centralisée, en self-service et intuitive, elle permet aux organisations de :

→ **Présenter les données sous la forme de data products**, soit des actifs enrichis et contextualisés et dont la qualité est garantie par des data contracts tant pour les utilisateurs métier que pour les écosystèmes d'IA.

→ **Valoriser et partager les data products**, en facilitant leur promotion et leur accès via une marketplace conçue pour une expérience fluide et intuitive.

Pour maximiser les possibilités, les data products et autres actifs peuvent être stockés directement dans la marketplace Huwise ou accessibles virtuellement s'ils sont hébergés ailleurs.

Les trois piliers de solution de data product marketplace Huwise

La data product marketplace Huwise repose sur trois piliers clés pour maximiser l'adoption et le ROI :



Gouvernance intégrée

grâce à un catalogue de données, un glossaire, la gestion des métadonnées, la traçabilité des données et des outils de contrôle qualité.



Administration simplifiée

avec des fonctionnalités de personnalisation, une gestion intégrée des droits d'accès, des outils de création de visualisations, des capacités d'automatisation ainsi que des outils d'analyse et de suivi.



UX fluide

permettant aux utilisateurs de découvrir des informations grâce à une recherche optimisée par l'IA, d'identifier facilement les data products et de les exploiter en toute simplicité via des API et des outils de collaboration.

Une solution, trois cas d'usage

Nos offres de data product marketplace répondent à trois cas d'usage :



Internal data product marketplace

pour partager les données en interne et favoriser la productivité, le ROI et l'innovation



B2B data product marketplace

pour échanger et partager des données entre organisations, et améliorer la collaboration, l'innovation et la productivité



Open data product marketplace

pour publier et partager des données auprès du grand public, à des fins de transparence et de conformité réglementaire

Principales fonctionnalités de la data product marketplace Huwise :

→ **Architecture évolutive :**

hébergement multi-cloud et cloud souverain, adaptation aux pics de trafic et connectivité illimitée

→ **Innovation augmentée par l'IA :**

recherche sémantique, génération automatique de visualisations, recommandations de données similaires et prise en charge de modèles d'IA multiples (OpenAI, Mistral AI)

→ **Sécurité optimale :**

application robuste et auditée, isolation sécurisée des données, paramètres de sécurité personnalisables et authentification unique (SSO)

→ **Expérience centrée sur l'utilisateur :**

interface inspirée du e-commerce, découverte facilitée des données, traçabilité et suivi des réutilisations, accès direct aux données (physiques ou virtualisées) et fonctionnalités collaboratives facilitant les échanges entre utilisateurs et producteurs

→ **Intégration avec l'ensemble du SI :**

connexion aux données de tous les systèmes via plus de 100 connecteurs natifs des APIs entièrement personnalisables pour un accès à toutes les sources de données

Exemples de data product marketplaces basées sur les solutions Huwise :



Pour rester concurrentiel dans un marché en pleine mutation, le leader mondial des technologies industrielles Schneider Electric devait trouver des solutions pour rendre ses données compréhensibles et facilement partageables avec ses partenaires.

L'entreprise a lancé Exchange, **une marketplace de services data favorisant la collaboration et les échanges entre les acteurs du secteur de l'énergie.**

Cette plateforme propulsée par Huwise est devenue un véritable espace de collaboration entre Schneider Electric et son écosystème. On y trouve de nombreux data products et offres de données, ce qui permet à Schneider Electric de travailler plus efficacement avec ses partenaires pour créer de la valeur et améliorer l'efficacité énergétique.

« Notre projet d'ouverture des données visait avant tout à structurer nos informations en interne. Mais il a rapidement pris de l'envergure. Ce sont les retours positifs de nos responsables métiers qui nous ont poussés à nous lancer dans l'ambitieux projet Exchange. »

Herveig Lecuyer

Data Factory Program Lead,
Schneider Electric



Le groupe Elia est l'un des cinq principaux opérateurs de réseaux de transport d'électricité en Europe et génère chaque jour 50 millions de points de données à travers ses activités. L'entreprise vise la neutralité carbone et souhaite répondre aux ambitions digitales de l'Union européenne en traitant les données comme un actif stratégique et en les fournissant à ses interlocuteurs de manière personnalisée.

Basée sur la technologie Huwise, sa marketplace OpenDataElia multilingue est un élément clé de son approche centrée sur les données, basée sur une architecture de gouvernance des données robuste et bien conçue. Preuve de son succès, **la place de marché affiche actuellement une moyenne de 49 000 utilisateurs mensuels et plus de 26 millions d'appels API.**

« Le rôle d'Elia Group est de faciliter le partage d'informations entre les acteurs du marché de l'énergie. L'important pour nous est donc d'offrir un point d'accès unique aux données, accessible à tous : petites et grandes entreprises, experts, chercheurs, etc. »

Cédric Charlier

Group Head of Data and
Integration, Elia Group



Dans un secteur où la qualité de la relation client est un véritable levier de compétitivité, la mutuelle de santé Lamie Mutuelle a choisi d'améliorer ses données afin d'offrir des insights pertinents à ses employés et partenaires.

Grâce à sa data product marketplace, l'entreprise offre désormais à ses managers et employés **une vue à 360° des clients via plusieurs canaux en self-service**, notamment des tableaux de bord permettant d'analyser le portefeuille client et un hub central qui alimente à la fois le CRM et l'espace adhérent. Cette plateforme agrège des données provenant de multiples systèmes via des API en temps réel afin de les rendre accessibles à tous, avec à la clé un gain de temps et davantage d'efficacité.

« Le défi était de réunir la totalité de notre portefeuille client, auparavant dispersé entre plusieurs services. Huwize est devenu la pierre angulaire de notre SI, nous permettant de partager nos données, mais également de gérer l'accès et la diffusion, à la fois en interne et en externe. »

Pierrick Butin

Full Stack Engineer, IT Manager,
Lamie Mutuelle



3

Les [8 piliers] d'une stratégie de data product marketplace réussie

Construire une marketplace de data products nécessite des bases solides. Voici les huit éléments clés pour maximiser vos chances de réussite.



1 Définir et mesurer la valeur commerciale

Il est essentiel de comprendre les performances de votre marketplace de data products afin de justifier l'investissement et d'améliorer à la fois les data products individuels et la stratégie de données dans son ensemble.

Les data products ne sont pas statiques : ils doivent évoluer et s'adapter aux besoins des utilisateurs au fil du temps. Cela implique que les producteurs de données adoptent une approche basée sur le « cycle de vie » et mesurent les performances à travers divers indicateurs (disponibilité,

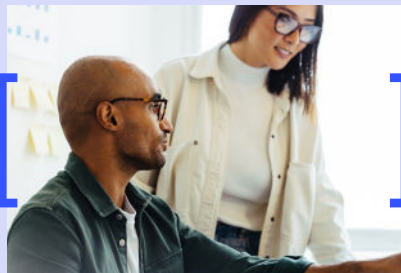


consommation, évaluations), ainsi que les retours des utilisateurs collectés via la marketplace. Cette dynamique d'échange favorise la collaboration et l'amélioration continue, tandis que la traçabilité des données permet aux producteurs de savoir quels data products sont utilisés, par qui, et pour quel usage. Cela stimule l'innovation et encourage la création de nouveaux data products pour répondre aux besoins émergents ou non couverts.

Aider l'entreprise à consommer davantage de données à l'échelle est une mission clé des responsables des données et des CDO. La data product marketplace joue un rôle central dans cette démarche. Cela signifie que ses performances globales doivent être suivies et communiquées à la direction à travers des KPI clairement définis. L'intégration de ce suivi et de ces indicateurs contribue à justifier les investissements réalisés et à soutenir la réussite du programme, de l'équipe et de la fonction data.

2 Une gouvernance forte et fédérée

Pour gérer les données et les mettre à la disposition des utilisateurs de manière sécurisée sous forme de data products via une data product marketplace, une bonne gouvernance des données est essentielle – faute de quoi vous vous exposez à des risques de non-conformité ou des problèmes de sécurité. Votre data product marketplace et votre programme doivent inclure des règles et procédures décrivant comment les données peuvent être utilisées, mais aussi un catalogue de données et des fonctions de traçabilité afin de suivre les actifs data. Ils doivent également garantir la qualité, la confidentialité et la sécurité des données, prendre en charge la gestion des métadonnées et proposer des options de collaboration, sans oublier une gestion fine des droits d'accès.



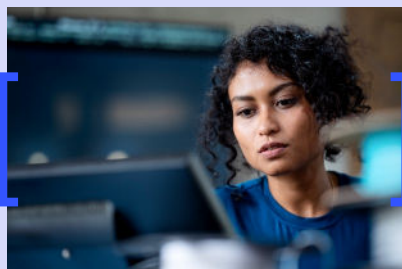
La plupart des organisations disposent déjà de processus de gouvernance des données, mais nombre d'entre eux sont nés de la nécessité de respecter la réglementation en vigueur. Il est désormais important de passer d'une approche réactive à une démarche proactive, en encourageant la création de data products via un mode de gouvernance fédéré, et non centralisé. Autrement dit, le but est d'impliquer les équipes métier et les producteurs de données afin de soutenir et d'encourager une bonne gouvernance.

3 Un catalogue complet de tous les types d'actifs de données

Les organisations doivent créer un catalogue complet de tous leurs actifs de données avant de les rendre disponibles via leur data product marketplace. Un bon catalogage nécessite de documenter avec précision (en incluant des définitions) l'ensemble des actifs sous la forme d'un glossaire, pour garantir la cohérence.

Mais un simple catalogue de données ne suffit pas à soutenir la consommation de données à grande échelle ; en tant qu'outil technique, son rôle est de référencer les données et non de les rendre accessibles à des utilisateurs non techniques.

Il ne permet pas la consommation des données, seulement le respect de la réglementation. Les catalogues de données doivent donc être associés à votre data product marketplace. Pour ceux qui ne disposent pas encore d'un catalogue, de nombreuses data product marketplaces intègrent des fonctions de catalogage qui peuvent être utilisées à des fins de conformité. Et si vous êtes satisfait de votre solution de catalogue existante, vous pouvez l'intégrer à votre marketplace afin d'offrir une interface conviviale en self-service permettant à vos équipes d'accéder directement aux data products.



4 Des processus qui facilitent la publication de data products

Bien que la création de data products doive suivre un processus structuré, il doit rester facile pour les data owners de partager et de publier des actifs data – surtout les plus simples – sur la marketplace. De la même manière que l'interface utilisateur est conçue pour faciliter la consommation, le processus de publication doit répondre aux attentes des producteurs de données. Cette stratégie est cruciale pour maximiser le nombre de data products et d'actifs data pertinents disponibles sur la marketplace, et stimuler l'utilisation en mettant à disposition un flux constant de nouveaux actifs à consommer.



Un processus de publication simplifié encourage les producteurs à partager leurs données, et tout en s'assurant que les propriétaires de données choisissent la marketplace plutôt que des solutions « à l'ancienne » comme l'envoi par e-mail, qui ne sont ni efficaces à grande échelle, ni bien gouvernées.

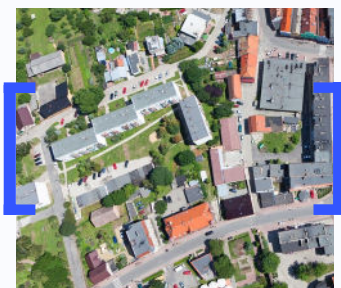
5 Une expérience utilisateur fluide grâce à une interface intuitive

Nous avons tous abandonné des sites web où il était impossible de trouver rapidement ce que l'on cherchait. Cela vaut également pour les data product marketplaces. Si l'interface n'est pas intuitive, les utilisateurs iront tout simplement ailleurs. Le mode self-service doit donc être simple et fluide – les utilisateurs doivent rapidement découvrir quels data products/actif data sont disponibles, et pouvoir y accéder facilement. Votre marketplace doit être centralisée et exhaustive, et les data products doivent être disponibles dans les outils et formats (tels que des visualisations ou des API) que les utilisateurs connaissent, avec des informations claires sur la fréquence de mise à jour et la couverture pour apporter du contexte.

La confiance est un élément clé d'une expérience utilisateur réussie. Pour la renforcer, favorisez la collaboration entre toutes les parties prenantes. Offrez aux utilisateurs la possibilité de laisser des commentaires et de poser des questions aux producteurs de données, en mettant en place des workflows qui garantissent une réponse rapide. Publiez des data contracts pour chaque data product sur la marketplace afin de fournir un cadre légal qui accroît la confiance et favorise la consommation.

« La première étape pour démocratiser les données est de les intégrer dans la vie quotidienne des employés, qu'il s'agisse de résoudre les problèmes, de changer la culture ou de mettre en valeur l'importance de la data dans le cadre de leur travail. »

Administrateur des données, secteur public



6 Data management et qualité des données

Le meilleur produit du monde, proposé sur une marketplace intuitive, n'aura aucune valeur ajoutée si les données qui le composent sont de mauvaise qualité, incomplètes ou peu fiables. Les producteurs de données ont donc besoin de bases techniques solides et de données de qualité pour créer des data products et établir la confiance.

Votre marketplace doit s'intégrer à l'ensemble de votre stack technologique pour connecter toutes les sources de données, qu'elles soient locales ou dans le cloud, et créer des flux de données de

bout en bout. La qualité doit être vérifiée en continu à l'aide de règles prédéfinies qui détectent automatiquement les erreurs avant qu'elles n'atteignent le consommateur. Ces règles doivent aussi automatiser l'enrichissement des données, par exemple en ajoutant des informations supplémentaires (comme les données géographiques) qui les rendent plus compréhensibles et exploitables, et standardiser les données selon les normes internes (dates, adresses, etc.). Ce processus transforme les données brutes en data products fiables, exploitables et dignes de confiance.

« Une organisation ne devient pas data-centric simplement en formant ses collaborateurs. Les outils, plateformes et l'intégration du data fabric, du data mesh et des concepts de data product sont essentiels. »

Chief Data Officer, secteur de l'assurance



7 Une équipe d'experts data fédérée

Les équipes data sont soumises à une pression croissante. Souvent sous-dimensionnées, elles peinent à répondre aux besoins toujours plus importants de l'entreprise. Elles ont également une expertise technique et non métier. Autrement dit, il est peu probable qu'elles puissent comprendre le contexte de chaque source ou actif de données.

Pour industrialiser la création de data products, les entreprises doivent donc changer leur fusil d'épaule et adopter une approche fédérée. Le principe est de désigner des data product managers parmi les collaborateurs de l'entreprise, et de les former à la gestion du cycle de vie des data products et des données analytics. Ces producteurs de données possèdent une connaissance fine des données dont

ils sont responsables, leur permettant de répondre aux questions sur leur structure, leur format et leur fréquence, et ainsi de rassurer les utilisateurs et favoriser l'adoption.

Dans le même temps, il est essentiel d'encourager les utilisateurs à intégrer la data dans leur quotidien. Les data products doivent s'accompagner de programmes de formation complets, sensibilisant à l'importance des données, favorisant la montée en compétences et contribuant à créer une véritable culture de la donnée. Votre data product marketplace joue un rôle clé ici, en facilitant la découverte et l'expérimentation des données et des data products, éliminant ainsi les obstacles à leur adoption à grande échelle.

« Nous devons former les collaborateurs sur les outils, les définitions des données, la conformité avec les réglementations, tout en veillant à ce que la gestion du cycle de vie des données devienne un réflexe. »

Chief Data Officer, services financiers



8 Administration simple de la data marketplace

Le partage de données à grande échelle, avec des milliers voire des dizaines de milliers d'employés aux besoins variés, peut entraîner une hausse significative de la charge administrative. Votre data product marketplace doit donc être facile à gérer, avec des processus et des règles spécifiques permettant d'automatiser les tâches simples. Elle doit aussi être personnalisable pour mieux segmenter les utilisateurs selon leurs groupes, afin d'offrir une expérience aussi fluide pour les administrateurs que pour les consommateurs et producteurs de données.

Pour garantir la protection des données et assurer la conformité, la marketplace doit disposer d'une gestion fine et rigoureuse des droits d'accès, précisant qui peut consulter et utiliser chaque data product, avec des modèles de métadonnées intégrés. Les utilisateurs doivent pouvoir faire une demande d'accès, avec des



workflows prédéfinis qui automatisent et documentent les décisions, réduisant ainsi la charge de travail. Bien que l'administration d'une data marketplace nécessite des compétences techniques, ces efforts doivent être minimisés grâce à une interface intuitive, une documentation complète et un support accessible. Enfin, des outils intégrés pour créer des visualisations de données via l'IA ou des interfaces en glisser-déposer simplifient encore davantage la gestion de la marketplace et optimisent la productivité.

4

[Checklist] : 10 étapes pour mettre en place une data product marketplace



✓ Clarifiez vos objectifs de création de valeur à partir des données

Le soutien de la direction est l'une des clés de la réussite, assurez-vous donc de vous accorder d'abord sur les objectifs concernant la valeur des données. Le but est-il de simplement gouverner les données à des fins de conformité, ou bien d'encourager la consommation à grande échelle ? Il peut être utile de créer une marketplace de démonstration à ce stade, pour leur permettre de découvrir ses avantages avant de prendre des décisions.

« Aujourd'hui, la notion de stratégie de données est fondamentale pour le Chief Data Officer. C'est à travers la maîtrise des données et l'identification des cas d'usage que nous construisons une stratégie pour améliorer l'efficacité et créer de nouveaux produits. »

Chief Data Officer, secteur de l'assurance



✓ Définir le périmètre et les indicateurs

Spécifiez clairement le périmètre de la data product marketplace et ce qu'elle doit couvrir. Mettez en place des indicateurs clés de performance (KPI) pour mesurer vos résultats. Au moment de créer votre marketplace, n'hésitez pas à solliciter un expert. En vous appuyant sur son expertise, vous bénéficiez d'un déploiement plus rapide et d'une assistance plus performante.

✓ Intégrer les utilisateurs et les cas d'usage

Communiquez avec un maximum d'utilisateurs pour comprendre leurs difficultés et concevoir les data products les mieux adaptés. Vérifiez que vos produits s'intègrent parfaitement dans leurs processus de travail et leurs outils métiers afin de stimuler leur adoption. Recueillez leurs retours pour ajuster votre approche, améliorer vos data products et vous assurer que les bonnes données sont disponibles.

✓ Penser tout de suite long terme

Comme pour tout projet, il est important de démontrer rapidement un retour sur investissement, mais sans sacrifier les objectifs à long terme de votre marketplace. Pour accélérer son déploiement et obtenir des résultats immédiats, commencez avec des produits minimum viables (MVP) répondant à un besoin spécifique. Mais veillez à ce que ces produits s'inscrivent dans une stratégie long terme, qui évoluera au fil du temps.

✓ Ne pas oublier les autres actifs data

Les data products sont des actifs précieux, mais ils ne répondent pas toujours à tous les besoins. Parfois, un simple rapport ou un tableau de bord dans votre marketplace suffit, ou bien l'intégration des données dans des systèmes métiers sans viser une réutilisation à grande échelle.

✓ Formaliser et documenter les process

Vos data products doivent être cohérents, sécurisés et bien gouvernés. Vous devrez donc mettre en place des équipes et des formations pour créer des data products, en vous appuyant sur des modèles et processus, des méthodologies agiles et principes de conception produit partagés. Cette approche permet de garantir la pérennité des process, même si certains producteurs de données quittent l'entreprise.

✓ Miser sur l'expérience utilisateur

L'adoption de votre marketplace repose sur une expérience utilisateur attractive. Si vos employés ne l'utilisent pas, l'investissement sera inutile. Adoptez une démarche centrée sur l'utilisateur, en vous inspirant des principes du design thinking et en testant régulièrement l'utilisabilité pour améliorer continuellement la solution.

✓ Ne pas négliger la gouvernance

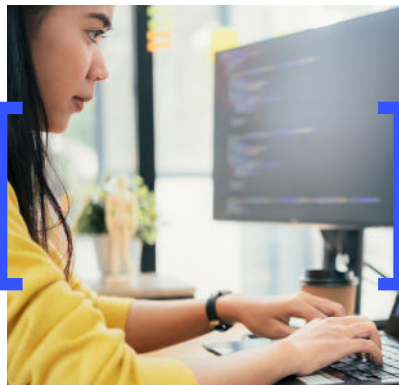
La gouvernance est un moteur de croissance, pas un frein. Adoptez une gouvernance fédérée pour impliquer les data product owners, en veillant à ce qu'ils comprennent son importance. Chaque data product doit être régi par des contrats de données clairs, assurant ainsi une gouvernance flexible, favorisant la confiance et l'adoption.

✓ Faciliter l'adoption

Pour de nombreux utilisateurs, l'accès à une data marketplace, ou même l'utilisation de données, est un concept nouveau. Vous devrez donc « vendre » votre solution et valoriser ses avantages pour encourager son utilisation. Mettez en place un plan d'action pour promouvoir la marketplace et les data products, en sensibilisant les utilisateurs et en leur montrant comment en tirer le meilleur parti.

✓ Suivre vos performances

Mettez en place des méthodes solides pour suivre l'utilisation des data products et mesurez quand et comment les données sont utilisées. Vous pourrez non seulement justifier l'investissement, mais également obtenir des informations précieuses sur les réutilisations, les difficultés rencontrées par les employés et les domaines qui nécessiteraient de nouveaux data products.



Aujourd'hui, il est devenu crucial pour les entreprises de maximiser la valeur de leurs données, non seulement pour améliorer leur agilité et leur productivité, mais aussi pour lancer de nouveaux services et innover. Pourtant, la consommation des données reste souvent fragmentée et réservée aux experts techniques. Les analystes génèrent des rapports pour les décideurs, tandis que les responsables des données ont parfois une vision restreinte de l'ensemble des données de l'entreprise et de leur potentiel.

Il est donc essentiel de démocratiser et d'industrialiser l'usage des données en offrant un accès sécurisé et en libre-service à des data products cohérents, de qualité et adaptés aux besoins des utilisateurs métiers. Pour cela, il est nécessaire d'adopter une approche produit, associée à un mécanisme de distribution performant : la data product marketplace. Véritable « dernier kilomètre » dans la démocratisation des données, elle permet de valoriser vos projets data et de faciliter leur consommation pour tous les collaborateurs.



Comme le montre ce guide, **l'alliance d'une marketplace de data products et de data products eux-mêmes vous permet de maximiser l'utilisation de vos données et de vos investissements technologiques.** Bien plus qu'un simple catalogue, elle offre une interface simple et intuitive qui donne accès à l'ensemble de vos actifs de données, quels que soient leurs nature et emplacement. Il est donc temps de libérer vos données, d'accélérer votre transformation et de placer la consommation de données au cœur de votre stratégie, en optant pour une data product marketplace.

Huwise

Huwise accompagne les leaders data à transformer leurs données en source de connaissance, d'innovation et de performance.

Nous concevons une solution SaaS de data product marketplace, pensée pour les métiers et les utilisateurs non experts, afin de rendre la donnée accessible, exploitable et créatrice de valeur. Avec Huwise, les organisations offrent à leurs collaborateurs et partenaires un accès unique, sécurisé et en self-service à leurs data products.

En quelques semaines, nous déployons pour vous tous types de data product marketplaces, internes comme externes.

Aujourd'hui, plus de 350 clients dans 25 pays s'appuient sur Huwise pour accélérer leurs usages data, avec déjà plus de 3 000 plateformes déployées. Forts de 14 ans d'expertise en data management, nous proposons un accompagnement sur mesure pour répondre aux cas d'usage concrets de nos clients.

Data made yours.

www.huwise.com