

[Data product marketplace]

Build



Buy

Développer sa plateforme ou investir dans une solution Saas ?
Le guide complet pour faire le bon choix

Huwise

Introduction

Le dilemme **Build vs. Buy** dans un environnement technologique constitue l'une des décisions les plus structurantes pour un leader data lorsqu'il s'agit de se doter d'une solution de data product marketplace. Le choix ne se limite pas à une question technologique : il engage la stratégie globale, l'efficacité des équipes, le time-to-market, et l'adoption par les métiers.

Chez Huwise, notre conviction est forgée par l'usage. Nous pensons que pour certaines organisations une solution SaaS permet de gagner du temps, de la robustesse, et de l'impact. Mais cette conviction n'est ni idéologique, ni systématique. Elle s'est construite au fil de projets réussis, mais aussi d'erreurs évitées — parfois en recommandant une approche *Build*, parce que le contexte, la maturité ou les ambitions du client l'exigeaient.



Accompagner un projet, ce n'est pas imposer un modèle. C'est comprendre ce qui est en jeu et orienter quand cela a du sens. Forcer une solution inadaptée revient à créer un problème de plus — pour le client comme pour l'éditeur.

Ce guide s'adresse aux leaders data qui doivent faire ce choix. Il offre des repères clairs, des retours d'expérience concrets, et une grille de lecture solide pour décider avec lucidité.

Bonne lecture.

Sommaire

1	Comparatif Build" / "Buy : choisir entre un développement interne ou une solution du marché ?	4
---	---	---

2	Les risques d'une stratégie Build	10
---	-----------------------------------	----

3	Le vrai coût du Build : attention au TCO	13
---	--	----

4	Les avantages d'une approche Buy dans un projet de Data Product Marketplace	16
---	--	----

5	Portrait robot de l'entreprise Buy-ready pour un projet de data product marketplace	19
---	--	----

6	10 questions pour savoir si vous êtes une entreprise Buy-ready	20
---	---	----

7	Build ou Buy ? Le vrai enjeu pour les leaders data	21
---	---	----

1

Comparatif [In-house vs SaaS] : choisir entre un développement interne ou une solution du marché ?

Afin d'éclairer le choix entre développement interne et solution SaaS, il est essentiel d'examiner les enjeux sous trois angles complémentaires :

[01] Stratégique

Quelle capacité à s'aligner sur les priorités métier et à délivrer rapidement de la valeur ?

[02] Technique

Quel niveau de robustesse, de sécurité et d'évolutivité l'organisation peut-elle garantir ou exiger ?

[03] Organisationnel

Quels sont les impacts sur les ressources internes, les compétences nécessaires et les coûts à court et long terme ?



Ces trois volets forment un socle d'analyse cohérent, applicable à tout projet technologique structurant — et plus encore à une data product marketplace, qui combine des exigences métiers, techniques et humaines particulièrement élevées.

[01] Volet stratégique :
les critères d'alignement métier et de *time-to-market*

L'alignement stratégique constitue le premier pilier décisionnel. Face à l'accélération des usages data et à la pression concurrentielle, les organisations doivent arbitrer entre personnalisation et rapidité d'exécution. Le *time-to-market* devient alors un facteur clé, mais il ne peut être dissocié de la pertinence de la solution

déployée pour les utilisateurs métiers. Deux logiques s'opposent : construire une solution sur-mesure, étroitement alignée avec les spécificités internes, ou adopter une plateforme SaaS prête à l'emploi, dont la rapidité de déploiement constitue un avantage immédiat.

		Solution In-house	Solution SaaS
CRITÈRES	Alignement métier	Sur-mesure, parfaitement adapté aux spécificités internes	Moins personnalisable, plus générique
	Expérience utilisateur	UX construite selon les besoins précis	UX standardisée mais éprouvée, intégrant l'IA
	Évolutivité métier	Alignée avec la stratégie de l'entreprise	Dépend de la roadmap de l'éditeur
	Time-to-market	Long (12–24 mois), dépend fortement de la disponibilité interne	Rapide (MVP en semaines/mois)
	Différenciation concurrentielle	Potentielle si le produit devient un actif clé	Risque de banalisation (même produit pour tous)
	Adoption métier	si l'UX est mal conçue	Favorisée par des pratiques de marché standardisées
	Charge projet initiale	Lourde, à porter en interne	Réduite (focus sur la conduite du changement et l'animation)

Ce premier volet met en lumière un arbitrage fondamental entre maîtrise et vitesse d'exécution.

Le modèle in-house permet un alignement métier fin, potentiellement différenciant à long terme, mais au prix d'un investissement initial lourd et d'un délai de mise en œuvre important. À l'inverse, les plateformes SaaS offrent un déploiement rapide, une adoption facilitée et une

expérience utilisateur souvent plus aboutie, fruit de l'expertise UX des éditeurs et des retours de centaines d'utilisateurs. Le choix dépend donc du niveau de personnalisation recherché, de l'urgence stratégique et des ressources mobilisables.

[02] Volet technique :
scalabilité, intégration, dépendance technologique

Les aspects techniques sont souvent au cœur des préoccupations des équipes IT. Les plateformes de Data Product Marketplace sont complexes à construire. Elles impliquent la gestion fine des droits d'accès, l'orchestration de workflows

distribués, ainsi qu'une interopérabilité poussée avec les écosystèmes data existants. Cela exige une expertise pointue, que peu d'organisations maîtrisent entièrement en interne.

		Solution In-house	Solution SaaS
CRITÈRES	Scalabilité	À développer et maintenir soi-même	Intégrée dans l'offre et testée à grande échelle
	Interopérabilité	Totale mais nécessite un développement dédié	Connecteurs standardisés, APIs prêtes et robustes
	Sécurité & conformité	Maîtrise totale des flux, hébergement interne possible	Gestion RGPD, sécurité, audit par l'éditeur
	Évolutivité technique	Dépend du backlog interne	Roadmap continue de l'éditeur
	Maintenance & support	100% à charge de l'entreprise	Externalisés, avec SLA, monitoring, MAJ incluses
	Dépendance technologique	Aucune dépendance à un éditeur	Dépendance à un éditeur
	Risques techniques initiaux	Bugs, dette technique, montée en charge lente	Solution stable et éprouvée dès le départ

Ce second volet souligne les enjeux techniques majeurs liés au choix d'architecture.

Construire une plateforme en interne offre une liberté totale : scalabilité sur mesure, interopérabilité fine, absence de dépendance éditeur. Mais cela suppose d'assumer la complexité, la maintenance et les risques techniques initiaux.

À l'inverse, les solutions SaaS apportent une robustesse immédiate. Elles s'appuient sur une infrastructure éprouvée, des connecteurs natifs vers les outils du marché, et des garanties de support, de sécurité et de conformité intégrées dès le départ. Le compromis se joue entre autonomie technique et sérénité opérationnelle.

[03] Volet organisationnel : ressources, compétences, coûts, innovation

Ce troisième et dernier volet examine les impacts sur les ressources humaines et les compétences requises. La rareté des profils data spécialisés dans les data product

marketplaces et la complexité des projets de DPM peuvent rendre l'approche Build particulièrement risquée sur le plan des ressources.

		Solution In-house	Solution SaaS
CRITÈRES	Développement de compétences internes	Fort levier de montée en compétence	Moins de développement interne possible
	Capitalisation sur l'actif	L'entreprise possède un savoir-faire stratégique	Peu d'actif interne créé
	Coût initial	Élevé (recrutement, architecture, dev)	Faible (abonnement)
	Coût long terme	Potentiellement plus rentable à grande échelle	Dépend du modèle de pricing de l'éditeur, pouvant être encadrés contractuellement et maîtrisés
	Mobilisation des équipes	Forte : Dev, UX, PO, QA, sécurité	Faible : équipes focalisées sur l'exploitation de la donnée
	Capacité d'innovation	Forte si ressources dédiées	Portée par l'éditeur via sa roadmap

CRITÈRES		Solution In-house	Solution SaaS
	Support & documentation	À construire en continu	Inclus dans l'offre
	Risques humains	Rareté de profils, risque de turnover	Limités, car prise en charge par l'éditeur

Ce dernier volet souligne les effets indésirables du développement interne qui induit de mobiliser beaucoup de compétences variées, d'assumer des coûts importants, et de dépendre de profils rares qu'on peine à recruter et à

garder. À l'inverse, une solution SaaS réduit cette pression. Moins de ressources à mobiliser, moins de risques humains, un support prêt à l'emploi et une capacité d'innovation portée par l'éditeur. Là encore, tout est affaire d'arbitrage : miser sur la compétence interne... ou l'acheter clef en main.

Synthèse globale

DIMENSION		Quand privilégier la solution In-house ?	Quand privilégier la solution SaaS ?
	[01] Stratégique	Besoin très spécifique ou différenciant	Besoin de rapidité, de structuration et d'adoption rapide
	[02] Technique	Environnement maîtrisé, intégration native cruciale	Recherche de robustesse, interopérabilité, réduction des risques techniques
	[03] Organisationnel	Organisation autonome avec des ressources disponibles et stratégiques	Recherche d'efficacité, limitation des coûts humains, concentration sur les usages

Ce qu'il faut retenir

L'analyse des trois volets met en évidence deux logiques distinctes, chacune liée à un profil d'organisation et à des priorités claires.

L'approche In-house correspond à une stratégie d'investissement à très long terme. Il s'adresse aux entreprises qui disposent de ressources techniques importantes, d'un environnement technologique fortement intégré, et d'un besoin métier ultra-spécifique difficile à adresser avec une solution standard. Ce choix permet de construire un actif différenciant, mais implique des délais plus longs, un coût plus élevé et un engagement fort en interne.

Le SaaS, à l'inverse, répond aux objectifs d'efficacité opérationnelle. Il convient aux organisations qui cherchent à structurer rapidement leur approche data, à limiter les risques techniques, humains, financiers et à s'appuyer sur une solution éprouvée. Il offre une trajectoire claire, avec un *time-to-market* court, une interopérabilité native et un coût total plus lisible.



En résumé, l'approche In-house répond à des enjeux de maîtrise et de spécificité. Le SaaS s'inscrit dans une logique de robustesse, de scalabilité et d'adoption rapide. La décision dépend du degré de maturité, de la disponibilité des ressources et du niveau d'ambition du projet.

Une tendance du Buy se dessine : dans la majorité des cas rencontrés sur le terrain, les contraintes internes, la pression sur les délais et la rareté des profils spécialisés rendent le SaaS plus avantageux. Reste à bien choisir la solution — et à ne pas sous-estimer l'accompagnement de ce changement.

Notre retour d'expérience terrain, nourri par de nombreux projets clients, montre que l'approche **Build** peut exposer les organisations à des risques majeurs si certains prérequis ne sont pas réunis.

Dans des contextes spécifiques, développer en interne peut s'avérer pertinent. Mais trop souvent, nous observons que des projets lancés avec ambition se heurtent à des difficultés

majeures : objectifs non atteints, surcoûts, abandon du projet initial ou incapacité à adopter une solution SaaS par la suite.

Ces écueils ne sont pas théoriques. Ils reflètent des réalités vécues sur le terrain. Cette section synthétise trois grands types de scénarios à haut risque observés dans des contextes variés (grands groupes, ETI, startups), qui doivent servir de points de vigilance pour tout leader data envisageant une stratégie Build.

Dérive stratégique : le projet qui n'arrive jamais au bout

Contexte

Une entreprise (du secteur du retail par exemple) décide de construire en interne sa propre plateforme de ERP, pour répondre à des besoins métiers très spécifiques.

Erreur commise

L'ambition initiale n'est pas cadrée, le périmètre évolue sans cesse, et l'équipe interne peine à aligner l'IT et les métiers

Exemple réel

Lidl, chaîne de distribution, a abandonné son projet ERP après **7 ans et plus** de **500 M€** investis.

Conséquences

- Pertes directes dépassant **[500 M€]**
- Adoption compromise, sponsors découragés
- Shadow IT et solutions bricolées (Excel, Power BI)

Dettes techniques : l'usine à gaz qui tombe en panne

Contexte

Certaines plateformes de BI ou MDM internes sont remises en cause après avoir révélé une incapacité à gérer la montée en volumétrie. L'entreprise crée un système sur-mesure de gouvernance des données avec des logiques métiers complexes, entièrement développées par une équipe interne réduite.

Erreur commise

La dette technique s'accumule, la documentation est insuffisante, et la montée en charge (notamment pendant les soldes) fait tomber la plateforme.

Exemple réel

Nike, lors d'un upgrade ERP massif, a perdu 100 M\$ de ventes et a vu son action chuter de 20 %.

Conséquences

- **[100 M\$]** de chiffre d'affaires perdu
- **[20 %]** de chute boursière
- Investissement d'urgence dans un SaaS externe

Perte d'expertise : la fuite des cerveaux et l'effet tunnel

Contexte

De nombreuses startups ont tenté d'internaliser un outil de data lineage ou d'accès aux métriques business avant de revenir sur leur choix après la perte de talents ou la surcharge des équipes.

Erreur commise

Le projet repose sur un seul lead développeur et un PO mi-temps. Le développeur quitte l'entreprise au bout de 9 mois. Aucun transfert de compétences n'a été prévu.

Exemple réel

Virtual Case File du FBI, projet IT lancé en 2000 et officiellement abandonné en 2005 après 170 M\$ gaspillés.

Conséquences

- **[170 M\$]** dépensés sans résultat concret
- Redémarrage dans la précipitation
- Dévalorisation de la confiance interne

Synthèse

RISQUE PRINCIPAL

**Dérive
stratégique**

**Dette
technique**

**Perte
d'expertise**

Scénario type

Périmètre flou, pas de ROI,
retard structurel

Outil instable, non scalable,
rupture de service

Départ clé, pas de relais,
arrêt de projet

Impact estimé

> 12 mois de retard, > 1 M€
perdus

Chute du CA, surcharge
opérationnelle

Code perdu, coûts
irré récupérables

Ce qu'il faut retenir

Construire une solution technologique en interne est un choix structurant, qui peut se révéler stratégique... ou extrêmement risqué. Notre retour terrain met en évidence trois vulnérabilités majeures :

→ Une dérive stratégique, lorsque le projet perd en lisibilité, en cadence et en alignement ;

→ Une dette technique, lorsque la plateforme devient un fardeau plutôt qu'un levier ;

→ Une perte d'expertise, lorsque tout repose sur quelques individus sans continuité assurée.

Ces scénarios ne relèvent pas de cas extrêmes : ils sont fréquents, quel que soit le secteur ou la taille de l'organisation. Dans tous les cas, ils engendrent des pertes

financières importantes, un ralentissement durable de la stratégie IT, et un décrochage de l'adoption métier.

Avant de lancer un projet Build, il est donc essentiel d'évaluer avec rigueur :

→ La maturité technique et organisationnelle de l'entreprise ;

→ Sa capacité à mobiliser, structurer et fidéliser les ressources clés sur plusieurs années ;

→ Son appétence réelle à gérer un produit logiciel complexe dans la durée.

Si ces conditions ne sont pas réunies, mieux vaut s'adosser à une solution éprouvée, quitte à adapter les usages, plutôt que de porter seul toute la chaîne de valeur.

L'argument financier reste l'un des plus déterminants dans le choix entre *Build* et *Buy*. Mais il est aussi l'un des plus trompeurs, surtout quand on évalue les coûts du *Build* à la seule lumière des salaires ou des premiers mois de développement. Or **le coût total de possession (TCO)** d'une data product marketplace construite en interne dépasse très largement l'investissement initial.

Contrairement au SaaS, dont les coûts sont généralement transparents, contractualisés et facilement projetables (abonnement, support, stockage), le modèle *Build* masque de nombreux postes de dépense : RH, infrastructure, maintenance, conformité, formation continue, support, sans compter les risques d'échec ou de non-adoption qui plombent le retour sur investissement.

Voici un panorama des principaux postes à prendre en compte lorsqu'on envisage une stratégie *Build*.

Poste de coût pour une solution build	Détail	Coût / Ordre de grandeur estimé	Sources principales
Ressources humaines	Équipe complète : PO, dev front/back, architecte, UX, QA, DevOps, sécurité, etc.	300 000 € à 700 000 €/an	Gartner <i>IT Budget Benchmarks 2023</i> , Forrester TEI Reports, retours clients
Infrastructure & hébergement	Cloud/On-premise, supervision, monitoring, CI/CD, sauvegarde, sécurité	10 à 20 % du budget global/an	Gartner <i>Cloud Infrastructure TCO 2022</i> , AWS TCO Calculator
Maintenance & support	Mises à jour, corrections, évolutions, support niveau 2/3	25 à 40 % du coût initial / an	Forrester Total Economic Impact™, Gartner <i>App Development Trends 2023</i>
Coûts d'opportunité	Délai de mise sur le marché (12-24 mois), immobilisation de ressources stratégiques	Perte de valeur estimée : 6 à 12 mois	Gartner <i>Data & Analytics Summit 2023</i> , témoignages Onepoint, La Poste

Poste de coût pour une solution build	Détail	Coût / Ordre de grandeur estimé	Sources principales
Risque de non-adoption	UX peu adaptée, manque de robustesse, dette technique, manque de ressources long terme	Jusqu'à 30 % de pertes sur investissement	Forrester CX Index™, feedback clients Orange, BPCE
Conformité & sécurité	Développement et maintien des exigences réglementaires (GDPR, ISO, etc.)	50 000 € à 150 000 € par an	Gartner Compliance Cost Benchmarks, CNIL, Deloitte Cyber reports

Synthèse comparative

		Solution Build (In-house)	Solution Buy (SaaS)
CRITÈRES	TCO sur 3 ans	1 à 1,5 M€	300 à 600 k€ (abonnement, support inclus)
	ROI moyen	Après 24 à 36 mois	Dès 6 à 12 mois selon l'adoption
	Risques principaux	Surcoûts humains, dette technique, UX	Vendor lock-in modéré, dépendance roadmap éditeur
	Sources de différenciation	UX métier très spécifique	Meilleures pratiques du marché, innovations continues

Ce qu'il faut retenir

Le véritable enjeu du *Build* réside dans son coût global sur la durée, bien plus que dans son budget initial. Là où une solution SaaS affiche des coûts visibles, contractualisés et prévisibles, le *Build* mobilise une série de postes souvent sous-estimés, à piloter dans le temps.

Voici les principaux enseignements à retenir du point de vue TCO :

→ **Les coûts sont fragmentés et évolutifs :**

chaque brique (RH, maintenance, hébergement, sécurité, conformité, support) devient un poste à part entière, avec une logique d'investissement continu.

→ **Des coûts invisibles s'ajoutent :**

délais de mise en œuvre, immobilisation de ressources critiques, non-adoption, surcharge technique ou opérationnelle... Ces éléments pèsent sur le ROI sans toujours être visibles dans le budget initial.

→ **Le TCO dépend fortement de la**

maturité interne : seules les organisations très structurées peuvent absorber la charge continue liée à l'exploitation d'un produit développé en interne.



→ **Le SaaS offre une trajectoire**

budgétaire maîtrisée : coûts mutualisés, modèle à l'abonnement, support inclus, scalabilité intégrée. Il permet une meilleure visibilité sur les engagements à 3 ans.

→ **Le risque d'écart budgétaire est**

plus élevé côté *Build* : une mauvaise estimation peut déstabiliser le projet. Le SaaS, en revanche, autorise une montée en puissance progressive, avec des ajustements possibles.

En matière de TCO, la bonne question n'est pas « combien ça coûte au lancement ? », mais « combien ça mobilise sur trois ans — en ressources, en énergie et en marge d'erreur ».

4

Les avantages d'une approche [Buy] dans un projet de Data Product Marketplace

Sur la base de notre expérience auprès de centaines de clients, nous sommes convaincus que l'approche *Buy* est, dans la grande majorité des cas, la plus pertinente pour un projet de data product marketplace.

Cette conviction ne repose pas sur une logique commerciale, mais sur une réalité observée : les solutions SaaS du marché répondent à un niveau de complexité fonctionnelle, de cadence d'innovation et d'exigence opérationnelle qu'il est aujourd'hui extrêmement difficile — et rarement rentable — de reproduire en interne.

Il nous est arrivé, à plusieurs reprises, de recommander à certains clients une stratégie *Build*. Leurs cas étaient spécifiques, leur maturité technique élevée, et leurs enjeux justifiaient un développement sur-mesure. Dans ces contextes, le SaaS aurait échoué, et nous le savions. Mais ces profils restent l'exception.

Pour tous les autres, l'approche *Buy* s'impose comme le choix rationnel. Plusieurs raisons structurent cette conviction.

Pourquoi le *Buy* est particulièrement adapté aux solutions de data product marketplaces

Les projets de data marketplace présentent plusieurs caractéristiques qui renforcent la pertinence d'une solution SaaS :

→ Il s'agit de **solutions émergentes**, qui combinent gouvernance, automatisation, UX, analytics et orchestration. Ces exigences nécessitent des produits matures, difficiles à développer en interne.

→ L'**intégration croissante de l'IA générative et des agents intelligents** dans les workflows DPM crée un écart

technologique difficile à combler sans équipes R&D dédiées.

→ Les projets DPM s'inscrivent dans des **écosystèmes hybrides et distribués**, qui nécessitent une interopérabilité native (connecteurs, API, standards marché).

→ Enfin, la **pression métier sur les délais** et l'expérience utilisateur imposent un time-to-value rapide, que seul un produit prêt à l'emploi permet d'atteindre.

Ces constats se traduisent par des avantages opérationnels clairs lorsqu'on choisit une solution du marché. Le tableau ci-dessous les synthétise, appliqués au

contexte spécifique des data product marketplaces, avec l'appui des principaux analystes du secteur.

AVANTAGES	Pourquoi est-ce pertinent pour un projet de data marketplace ?		Ce que disent les experts
	1. Mise en œuvre rapide & ROI accéléré	Une solution SaaS de data product marketplace est immédiatement opérationnelle : pas besoin de recruter une équipe produit ou d'attendre un MVP développé sur mesure.	<i>Gartner</i> (2023) indique que 60 % des projets data internes dépassent de plus de 30 % leur budget initial, principalement à cause de retards dans le time-to-market. L'adoption d'une solution préexistante réduit drastiquement ce risque.
	2. Réduction des coûts et prévisibilité budgétaire	Les solutions de data marketplace packagées incluent souvent le support, les mises à jour et la sécurité, avec des coûts clairs.	<i>Forrester Total Economic Impact™ Reports</i> soulignent des économies opérationnelles de 25 à 35 % sur 3 ans avec les plateformes SaaS vs. build interne (coût RH, DevOps, support).
	3. Accès à une innovation continue et de pointe	Les éditeurs leaders déploient régulièrement de nouvelles fonctionnalités (gouvernance avancée, AI, workflows automatisés) en ligne avec les standards du marché, très important pour gérer le lifecycle des data products.	<i>Gartner Hype Cycle for Data Management (2023)</i> insiste sur l'importance de la "Data-as-a-Product" et la difficulté pour les entreprises à maintenir seules un haut niveau d'innovation technique sur ce segment.
	4. Sécurité, conformité et auditabilité intégrées	Les solutions du marché sont certifiées (ISO 27001, SOC2, GDPR, etc.), avec des mises à jour régulières pour rester conformes.	Une marketplace développée en interne doit être auditée en continu. <i>Forrester</i> note que 72 % des DSI considèrent la sécurité comme le 1er frein à une stratégie build.

	Pourquoi est-ce pertinent pour un projet de data marketplace ?	Ce que disent les experts
5. Interopérabilité avec les écosystèmes data existants	Les plateformes SaaS de data product marketplace sont nativement compatibles avec des outils comme Snowflake, Databricks, Collibra, dbt, Power BI, etc.	<i>Gartner</i> rappelle que l'interopérabilité est critique dans les architectures data mesh et que les solutions <i>Buy</i> facilitent cette modularité
6. Adoption métier facilitée par une UX éprouvée	Les éditeurs investissent dans l'expérience utilisateur pour favoriser l'adhésion des utilisateurs métiers et data.	Selon <i>Forrester</i> , une UX intuitive augmente de 40 % l'adoption dans les 6 mois suivant le déploiement. En interne, le risque d'un outil mal perçu par les utilisateurs est très élevé.
7. Focus sur la valeur métier, pas la technique	Le modèle <i>Buy</i> permet de concentrer les efforts internes sur la valorisation de la donnée (curation, animation, gouvernance), pas sur le développement logiciel.	C'est l'un des enseignements clés du <i>Gartner Data & Analytics Summit 2023</i> : les équipes data doivent se repositionner en "business enablers" et non en constructeurs de produits.



Taille & maturité

→ Entreprise de taille moyenne à grande avec une forte complexité organisationnelle



Ressources & équipes

→ Équipes IT sous-dimensionnées ou sur-sollicitées

→ Peu de ressources produit/data internes disponibles (Product Owner, UX, devs, QA, etc.)

→ Forte rotation des talents ou difficulté à recruter des profils rares



Objectifs & enjeux

→ Besoin d'accélération rapide de la valorisation de la donnée

→ Enjeu fort d'adoption métier immédiate

→ Volonté de structurer la gouvernance data sans attendre 12–24 mois



Contraintes

→ Nécessité de standardiser les pratiques entre plusieurs BU ou filiales

→ Pression réglementaire ou sécuritaire qui impose des outils éprouvés (RGPD, HDS, audit...)

→ Pas de stratégie claire de construction d'un actif logiciel différenciant

6

10 questions pour savoir si vous êtes une entreprise [*Buy-ready*]

Avant d'engager un projet de data product marketplace, il est essentiel de confronter votre contexte réel aux exigences des différents modèles de mise en œuvre.

Cette auto-évaluation en 10 questions permet de clarifier si votre organisation dispose des conditions favorables à une approche *Buy*.

Répondez aux questions suivantes :

✓
Oui

✗
Non

Avez-vous besoin de mettre en place une solution en moins de 6 mois ?

☐☐

Vos équipes IT ou data sont-elles en sous-effectif ?

☐☐

Vos utilisateurs métiers réclament une solution rapidement exploitable et ergonomique ?

☐☐

Votre entreprise ne possède pas de savoir-faire en développement de produits data ?

☐☐

Votre organisation est peu alignée entre métiers et IT sur les priorités data ?

☐☐

Avez-vous connu des échecs ou retards sur des projets IT internes précédents ?

☐☐

Est-ce que la gouvernance des données est un enjeu clé dans votre structure ?

☐☐

Est-ce que vos cas d'usage sont proches des standards du marché (catalogue, scoring, etc.) ?

☐☐

Votre priorité est l'adoption et la conduite du changement, plus que la technique ?

☐☐

Êtes-vous dans un secteur soumis à des exigences fortes de conformité et de sécurité ?

☐☐

Interprétation des résultats

→ [**7**] réponses OUI ou plus :

Vous êtes clairement *Buy-ready*. Un SaaS structurant et éprouvé maximisera votre retour sur investissement.

→ Entre [**4 et 6**] OUI :

Évaluez finement vos enjeux de différenciation. Une solution hybride ou configurable peut suffire.

→ [**Moins de 4**] OUI :

Vous pouvez envisager le *Build* si vous avez les experts et une vision stratégique claire.

7

[*Build* ou *Buy*] ? Le vrai enjeu pour les leaders data

Le choix entre *Build* et *Buy* dépend étroitement du profil de l'organisation, de sa maturité data, de ses ressources disponibles et du rôle qu'elle souhaite donner à l'outillage dans sa stratégie.

→ Le **Build** convient aux structures capables de concevoir, maintenir et faire évoluer un produit dans la durée, avec une gouvernance forte et une logique d'investissement long terme.

→ Le **Buy** s'adresse aux organisations qui veulent accélérer, sécuriser l'adoption, réduire les risques opérationnels, et concentrer leurs efforts sur la gouvernance et la création de valeur.

Mais dans le cas d'une **data product marketplace**, l'enjeu dépasse le simple arbitrage technologique. Il s'agit d'un projet à forte intensité produit, qui :

→ Demande une couverture fonctionnelle large : connectivité, gestion des métadonnées, UX self-service, workflows, collaboration, sécurité, conformité

→ Répond à des besoins spécifiques liés à la distribution et à la valorisation de la donnée comme produit

Dans ce cadre, acheter une solution dédiée devient souvent plus stratégique — et plus différenciant — que de la construire soi-même. Comme le soulignait déjà **Gartner** en 2023 les projets de type data product marketplace sont mieux adressés par des plateformes spécialisées, conçues spécifiquement pour cet usage. Dans sa Hype Cycle for Data Management 2025, Gartner a mentionné Huwise (ex. Opendatasoft) comme un fournisseur de référence dans la catégorie Data Marketplaces & Exchanges. En tant qu'acteur reconnu sur ce marché, nous accompagnons les organisations dans le déploiement de plateformes prêtes à l'emploi, interopérables et orientées usage — avec une conviction : c'est par l'activation de la donnée comme produit que l'on crée la vraie valeur.

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