



[Press Book]

Octobre 2025

GESTION DES DONNÉES \ OPEN DATA \ LOGICIELS & APPLICATIONS

Opendatasoft devient Huwise pour s'imposer comme le leader des "data product marketplaces"

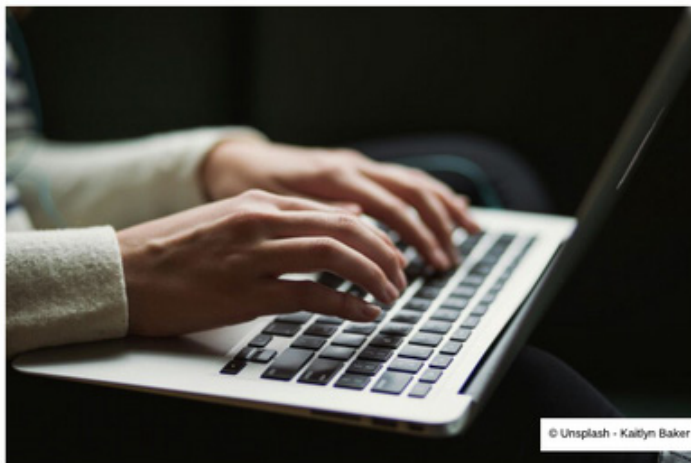
Après 14 ans d'existence, Opendatasoft change d'identité et devient "Huwise". Derrière ce rebranding, l'ambition est la suivante : accélérer son développement à l'international et s'imposer comme le pure player des data product marketplaces.

Alice Vitard

30 septembre 2025 \ 08h00

🕒 1 min. de lecture

💬 Réagir →



© Unsplash - Kaithym Baker

SÉLECTIONNÉ POUR VOUS



Bitdefender choisit OVHcloud pour l'hébergement souverain de sa plateforme de cybersécurité

Cyberattaques : Du Royaume-Uni au Japon, des usines à l'arrêt

Les ratés de l'AI Act font vaciller sa mise en œuvre

"Mettre la donnée au service de la réflexion humaine".

Voici l'objectif de l'entreprise Opendatasoft qui annonce ce 30 septembre un changement d'identité pour devenir "Huwise", contraction de human et wise.

Créé en 2011, Opendatasoft a d'abord accompagné les collectivités dans l'ouverture de leurs données. Dès 2013, la société s'est étendue aux secteurs de l'énergie, de la mobilité et des infrastructures urbaines. En 2022, [une levée de fonds de 21 millions d'euros](#) a permis d'accélérer la transformation de son produit vers le partage de données en interne. En 2025, l'entreprise a franchi une nouvelle étape avec la mise à disposition générale de sa solution de data product marketplace.

Transformer les données en "produits" réutilisables

En quelques mots, une data product marketplace est une plateforme qui permet à une organisation publique ou privée de mettre ses données à disposition sous forme de "produits" utilisables en fournissant des ensembles déjà structurés, documentés et exploitables directement par différents services. L'idée est de faciliter l'accès aux données afin de permettre un usage concret.

Avec Huwise, la donnée devient un produit à part entière, revendique la société composée de plus de 100 salariés. La plateforme adopte ainsi les codes des marketplaces en ligne pour rendre la recherche, la consommation et la réutilisation des données intuitives. Elle propose des formats adaptés aux IA et aux usages métiers, un moteur de recherche sémantique, des outils no-code de visualisation, un suivi des usages et data lineage pour mesurer le ROI ainsi qu'une exposition des données en mode hybride (stockage, virtualisation ou import). L'entreprise met également en avant l'architecture multi-cloud et souveraine.

Alimenter des agents IA avec des données

L'entreprise annonce également la capacité de la marketplace à alimenter des agents IA internes avec des données opérationnelles. En effet, grâce à un serveur MCP lancé à l'été 2025, Huwise propose aux entreprises de connecter directement leurs modèles d'agents intelligents aux données de production.

Huwise revendique une croissance annuelle de 20% depuis 2021 et une rentabilité soutenue. 40 à 60% de son chiffre d'affaire est réalisé à l'international, en Europe, Amérique du Nord, Moyen-Orient et Océanie. L'entreprise compte plus de 350 clients dans 25 pays, pour 3000 marketplaces déployées. Un nouveau client américain dans le secteur de la tech, composé de 17 000 salariés, vient d'être signé.

[Consulter l'article](#)

ZDNET / Actualités

Huwise (ex-Opendatasoft) officialise sa stratégie de Data Products marketplace

L'éditeur français Opendatasoft annonce un tournant stratégique avec un double mouvement. Il devient Huwise et le lance sa nouvelle solution de "Data Product Marketplace" pour démocratiser réellement l'usage des données.

PAR CHRISTOPHE AUFRAY
Publié le 30/09/2025 à 11:40

3 min | 0 | 0



© Huwise

Par ses annonces, Opendatasoft, devenu Huwise, ambitionne de se positionner comme un acteur de premier plan sur un marché de la donnée en pleine mutation, en répondant aux nouvelles attentes des organisations.

La stratégie de Huwise (contraction de Human et Wise) se veut ainsi une réponse aux limites actuelles des infrastructures de données, y compris au sein des [entreprises les plus matures](#) - dont une part considérable des données reste inexploitée.

Point d'accès unifié pour tous les collaborateurs

Citant une étude IDC, Franck Carassus, cofondateur et responsable de la stratégie, souligne que "68 % des données restent finalement pas accessibles ou très peu." La cause : une accessibilité limitée aux experts, explique l'éditeur.

Les architectures data actuelles ne bénéficient qu'à une minorité d'utilisateurs techniques, estimés entre 20 et 30% des effectifs. Les 70 à 80% restants, les utilisateurs métier, demeurent frustrés, sans accès simple et en libre-service aux données dont ils ont besoin.

Cette situation est aggravée par l'essor de l'intelligence artificielle générative, qui accentue l'urgence de disposer d'un socle de données fiable et accessible ("AI Ready"). "Sans data management solide, il y a pas d'IA", rappelle Jean-Marc Lazard, CEO et cofondateur.

Face à ce constat, Huwise promeut une approche centrée sur la notion de produit de données et d'un point d'accès unifié pour tous les collaborateurs. Ce modèle est présenté comme la prochaine étape logique pour les entreprises ayant déjà investi dans leur socle technique.

Intégration aux écosystèmes data existants

Afin de rendre les Data Products accessibles, Huwise propose une "Data Product Marketplace". En utilisant une analogie avec la grande distribution, cette plateforme est présentée comme le "magasin" où les collaborateurs peuvent vivre une expérience de "data shopping".

Grâce à cet axe technologique, l'éditeur français entend "devenir le leader mondial du Data Product Marketplace, en étant déjà un pionnier reconnu". L'entreprise s'appuie pour cela sur une croissance rentable et une forte présence internationale, avec déjà 40 % de ses clients situés hors de France.

Sur le plan technique, la solution de Huwise, pensée comme un hub central connecté, a été conçue pour s'intégrer de manière fluide dans les écosystèmes data existants. Cela comprend data warehouses (Snowflake, Databricks), outils de Business Intelligence (PowerBI) et data catalogs, dont elle peut exploiter les glossaires existants.

Réponse aux métiers et à la DSI

Un cas d'usage majeur est la capacité à embarquer et consulter des rapports BI directement depuis la marketplace. Cela répond à un besoin métier : créer un point d'accès unifié dans des organisations où cohabitent plusieurs solutions de BI (ex : Power BI et Qlik).

En parallèle, l'architecture doit permettre à la DSI de rationaliser les usages et les coûts de licence en identifiant les rapports réellement consultés.

Huwise introduit une capacité de virtualisation des données. La fonctionnalité permet de déléguer le calcul aux systèmes sources comme Snowflake ou BigQuery. L'information est ainsi accessible en temps réel directement depuis la marketplace, sans recopie, tout en optimisant l'usage des infrastructures existantes.

L'IA pour interroger les données et visualiser

Avec la marketplace, l'exOpendatasoft vise une expérience centrée sur l'utilisateur et l'IA, ainsi qu'une démocratisation des usages. L'outil intègre pour cela des fonctionnalités avancées basées sur l'intelligence artificielle générative.

Les utilisateurs peuvent effectuer des recherches en langage naturel, mais aussi interroger directement les jeux de données pour obtenir des réponses et des visualisations. En clair, proposer du Talk to Data, une fonction en plein développement sur le marché.

Huwise parie sur la marketplace de produits de données comme le maillon manquant pour enfin tenir la promesse d'une démocratisation réelle de la donnée en entreprise. Une vision qui semble déjà validée par le marché, comme en témoigne la signature récente de "principaux éditeurs mondiaux de logiciel B2B" et de "grands groupes mondiaux".

[Consulter l'article](#)

Le data platform management, cette niche de l'IA dans laquelle la France a une carte à jouer

Ce contenu est compris dans votre abonnement

Avec le lancement de sa data product marketplace et son changement de nom en Huwize, l'éditeur français Opendatasoft veut s'imposer comme leader mondial d'une brique technologique encore émergente, mais appelée à devenir incontournable à l'ère de l'IA agentique.

Sylvain Rolland
Publié le 30/09/25 à 13:30



Les trois cofondateurs d'Huwize.
Huwize

« La valeur de la donnée n'est pas dans sa conservation, mais dans son usage ». Cette conviction guide depuis quatorze ans Opendatasoft, désormais rebaptisée Huwize.

L'éditeur français, qui revendique plus de 3 000 déploiements dans 25 pays et une croissance de 20 % par an, opère aujourd'hui un tournant majeur : le déploiement généralisé de sa *data product marketplace*, une plateforme pensée pour démocratiser l'accès aux données au sein des grandes organisations.

À LIRE AUSSI

L'intelligence artificielle débarque dans le contrôle aérien

De l'open data à l'IA ready

Historiquement pionnier dans la démocratisation de l'open data, Huwize veut aujourd'hui se positionner comme l'« enabler » de l'intelligence artificielle. « Sans données accessibles, lisibles par des humains comme par des machines, pas d'IA efficace », résume Franck Carassus, cofondateur et directeur commercial. La marketplace de Huwize entend répondre à ce besoin en offrant aux métiers, bien au-delà des experts data, une expérience de type e-commerce pour rechercher, consommer et partager tout type d'actif de données : datasets, visualisations, rapports, documents...

L'éditeur revendique une solution « AI ready » : non pas produire des agents IA, mais les alimenter en données opérationnelles avec des API et son nouveau serveur MCP. « Les organisations veulent connecter l'IA au monde réel. Notre rôle est de leur fournir l'infrastructure pour y parvenir », explique David Thoumas, CTO et cofondateur.

À la différence des data lakes (une spécialité de Snowflake ou Dataiku, notamment), des catalogues ou encore des outils de virtualisation, la data product marketplace se situe à la croisée de ces briques et se veut orientée utilisateur. « L'expérience est clé : permettre à un directeur commercial ou un responsable marketing d'accéder directement aux données dont il a besoin, en self-service, sans passer par quatre outils différents », souligne Jean-Marc Lazard, président et cofondateur.

Cette approche séduit déjà de grands comptes en France et à l'international, dans la banque, l'assurance, le logiciel ou l'industrie. EDF, SNCF, Veolia, la Banque de France ou encore la Ville de Vancouver figurent parmi les principaux clients de l'entreprise.

À LIRE AUSSI

IA en entreprise : la France en retard sur l'Europe

Une niche française à fort potentiel mondial

Encore émergent, le concept de data product marketplace attire une poignée d'acteurs spécialisés dans le monde, dont les entreprises Narrative, Revelate, Immuta, Dawex, et donc Huwize, cité parmi les leaders mondiaux dans l'édition 2025 de son *Hype Cycle 2025*.

Mais la stratégie différenciante de Huwize, avec une solution complète de gestion de bout en bout et une forte expertise du partage interne, pourrait permettre à la France de peser dans ce segment appelé à croître avec la montée en puissance de l'IA générative et des agents IA autonomes.

L'entreprise, rentable et forte de plus d'une centaine de collaborateurs dont la moitié en R&D, affiche désormais une ambition claire : devenir le leader mondial du data platform management. Et prouver que la France peut, elle aussi, prendre sa place dans les infrastructures critiques de l'IA.

À lire également

- Shopping, fil d'infos personnalisé : comment ChatGPT veut devenir indispensable à votre vie

Sylvain Rolland

Opendatasoft change d'identité et devient Huwise

📅 Le 30/09/2025 👤 Bruno Texier



Jean-Marc Lazard, Franck Carrassus et David Thoumas, les trois co-fondateurs de Huwise (Huwise)

Le spécialiste français de la data, déjà présent dans 25 pays, affiche l'ambition de "devenir le leader mondial des data product marketplaces."

Quatorze ans après sa création, Opendatasoft change d'identité et devient Huwise. Un nouveau nom qui ne doit rien au hasard : le spécialiste français de la data entend donner une impulsion nouvelle



Opendatasoft devient Huwise et veut transformer l'accès à la data pour répondre aux défis de l'IA

publié le 30 septembre 2025 par Aude Brès



L'entreprise hexagonale Opendatasoft se réinvente en Huwise et adapte également son offre en proposant une plateforme reprenant les codes de l'e-commerce : catalogue, moteurs de recherche, etc. Cette évolution s'inscrit dans un contexte de multiplications des usages de la data notamment la mise au point d'outils d'IA.

Opendatasoft se rebaptise en Huwise à compter du 30 septembre 2025. À cette occasion, l'entreprise continue de démocratiser l'usage des données en proposant une nouvelle solution de data product marketplace qui reprend les codes de l'e-commerce. Face au constat qu'en moyenne, 68% des données sont peu accessibles aux différents métiers d'une entreprise, Huwise, de la contraction Human Wise, choisit de maximiser l'efficacité de ces professions en leur laissant un accès "self-service" à leurs datas. "Huwise ambitionne de devenir le premier éditeur mondial de data product marketplaces, la brique indispensable pour pleinement démocratiser le partage de la donnée à tous les échelons des organisations", explique Jean-Marc Lazard, co-fondateur de Huwise.

Aider aux développements d'applications d'IA

Concrètement, la plateforme se présentant comme un catalogue incluant un moteur de recherche. Celui-ci donne l'accès à des ensembles de données, des actifs, sous forme de tableurs ou encore de graphiques générés par l'IA. Les employés peuvent s'en saisir, si tant est qu'ils en aient l'autorisation, les explorer ou les télécharger. Un tel accès à des données étiquetées et triées permet aussi de répondre à une demande récurrente des entreprises : le développement d'applications d'IA. "La révolution IA de ces derniers mois a exacerbé l'absolue nécessité pour les organisations de disposer de données de qualité et accessibles pour espérer développer des solutions incluant de l'IA", confirme Jean-Marc Lazard.

S'adapter pour mieux être adopté

Bien qu'il existe de nombreuses offres similaires anglo-saxonnes, Huwise se targue d'être la seule solution française à proposer une solution aussi complète. Elle intègre une partie stockage de données, une autre dédiée à la Business Intelligence, un glossaire et une partie virtualisation des données. Toutes ces offres sont interopérables avec le système d'information de l'entreprise et les autres outils déjà présents dans son écosystème grâce à des partenariats stratégiques avec des acteurs comme Precisely, Informatica, Collibra (pour les data catalogs) ou encore Snowflake et Databricks. Un détail essentiel pour les clients de l'entreprise SaaS, appartenant souvent aux domaines de la finance, des banques, des assurances et même des administrations publiques : "Des métiers qui ont comme fonds de commerce la gestion d'informations", pointe Jean-Marc Lazard.

FRANCE

Le data platform management, cette niche de l'IA dans laquelle la France a une carte à jouer

Avec le lancement de sa data product marketplace et son changement de nom en Huwise, l'éditeur français Opendatasoft veut s'imposer comme leader mondial d'une brique technologique encore émergente, mais appelée à devenir incontournable à l'ère de l'IA agentique.

SYLVAIN ROLLAND

La valeur de la donnée n'est pas dans sa conservation, mais dans son usage ». Cette conviction guide depuis quatorze ans Opendatasoft, désormais rebaptisée Huwise.

L'éditeur français, qui revendique plus de 3 000 déploiements dans 25 pays et une croissance de 20% par an, opère aujourd'hui un tournant majeur : le déploiement généralisé de sa data product marketplace, une plateforme pensée pour démocratiser l'accès aux données au sein des grandes organisations.

De l'open data à l'IA ready

Historiquement pionnier dans la démocratisation de l'open data, Huwise veut aujourd'hui se positionner comme l'« enabler » de l'intelligence artificielle. « Sans données accessibles, lisibles par des humains comme par des machines, pas d'IA efficace », résume Franck Carassus, cofondateur et directeur commercial. La marketplace de Huwise entend répondre à ce besoin en offrant aux métiers, bien au-delà des experts data, une expérience de type e-commerce pour rechercher, consommer et partager tout type d'actif de données : datasets, visualisations, rapports, documents...

L'éditeur revendique une solution « AI ready » : non pas produire des agents IA,

mais les alimenter en données opérationnelles avec des API et son nouveau serveur MCP. « Les organisations veulent connecter l'IA au monde réel. Notre rôle est de leur fournir l'infrastructure pour y parvenir », explique David Thoumas, CTO et cofondateur.

À la différence des data lakes (une spécialité de Snowflake ou Dataiku, notamment), des catalogues ou encore des outils de virtualisation, la data product marketplace se situe à la croisée de ces briques et se veut orientée utilisateur. « L'expérience est clé : permettre à un directeur commercial ou un responsable marketing d'accéder directement aux données dont il a besoin, en self-service,

sans passer par quatre outils différents », souligne Jean-Marc Lazard, président et cofondateur.

Cette approche séduit déjà de grands comptes en France et à l'international, dans la banque, l'assurance, le logiciel ou l'industrie. EDF, SNCF, Veolia, la Banque de France ou encore la Ville de Vancouver figurent parmi les principaux clients de l'entreprise.

Une niche française à fort potentiel mondial

Encore émergent, le concept de data product marketplace attire une poignée d'acteurs spécialisés dans le monde, dont les entreprises Narrative, Revelate, Immuta, Dawex, et donc Huwise, cité parmi les leaders mondiaux dans l'édition 2025 de son Hype Cycle 2025.

Mais la stratégie différenciante de Huwise, avec une solution complète de gestion de bout en bout et une forte expertise du partage interne, pourrait permettre à la France de peser dans ce segment appelé à croître avec la montée en puissance de l'IA générative et des agents IA autonomes.

L'entreprise, rentable et forte de plus d'une centaine de collaborateurs dont la moitié en R&D, affiche désormais une ambition claire : devenir le leader mondial du data platform management. Et prouver que la France peut, elle aussi, prendre sa place dans les infrastructures critiques de l'IA. **LT**



Les trois cofondateurs d'Huwise. HUWISE



ACTUALITES

Data Product : Opendatasoft devient Huwise

Le spécialiste de l'exposition de données change d'identité. Alors qu'Opendatasoft a obtenu ses lettres de noblesse dans le domaine de l'open data et les portails de données publics, Huwise se recentre sur les places de marché de données internes.

par Gaëtan Raoul, LeMagIT

Publié le: 01 oct. 2025

Interface léchée. Visuels épurés. Opendatasoft, 14 ans d'âge, joue la carte du lifting. Huwise (contraction de « Human », l'humain, et « wise », la sagesse), voilà son nouveau nom.

Ne dites plus « portail de données », mais « data product marketplace ».

De l'open data au data product, il n'y a qu'une marque

L'éditeur français marque là l'évolution de sa solution non plus pour exposer des jeux, mais des produits de données. Un concept qui suit de près la philosophie Data Mesh.

Il a déjà déployé 3 000 portails de données, dans 25 pays auprès de « plusieurs centaines » de clients. L'entreprise affiche une croissance annuelle moyenne d'environ 20 %.

Environ 60 % de ses clients sont français. Maintenant que la plupart des organisations qui devaient fournir les données à l'externe l'ont fait, Huwise propulsera principalement des portails internes. L'entreprise propose sa solution comme le chaînon manquant pour généraliser l'accès aux données aux métiers.

Huwise ne se concentre plus sur les administrations, même si elle continue à les servir (le secteur public représente environ la moitié de ses revenus). Elle cible les organisations de plus de 1 000 salariés qui ont déjà modernisé leur « data stack » et qui les exploitent depuis environ trois ans. L'éditeur vise les banques, les assurances, les acteurs technologiques et le manufacturing. Un acteur « tech » d'envergure (plus de 17 000 salariés) aurait déjà signé avec Huwise.

Ces entreprises ont potentiellement adopté des technologies comme Snowflake, Databricks, Google BigQuery d'un côté et Precisely, Collibra ou Informatica de l'autre.

Idéalement, la Data product Marketplace rassemble les jeux de données issus des applications métiers, [des « lakehouses »](#), des outils de BI et des catalogues de données.

« Les entreprises ont investi massivement dans des architectures de données modernes et elles s'aperçoivent que, dans la majorité des cas, les données restent indisponibles », analyse Franck Carassus, cofondateur et CEO Amérique du Nord de Huwise.

En clair, les accès en libre-service ne sont pas généralisés.

Certaines entreprises ont déployé des portails de partage de data products, soit à façon, soit en utilisant des solutions du marché. L'éditeur compte bien les remplacer. « Selon les retours que nous avons obtenus, le développement maison est assez coûteux et difficile quand ce n'est pas le cœur métier de l'entreprise », déclare Jean-Marc Lazard, cofondateur et CEO de Huwise.

Huwise a les outils pour créer (des processeurs), puis livrer les produits de données, gérer les contrats, suivre les données et les SLA. Sans oublier l'accès à 50 000 jeux de données ouverts pour les enrichir.

La Data Product Marketplace introduit également le concept de virtualisation « afin de ne pas recopier les données » et simplifier leur accès. Plus précisément, Huwise peut déléguer certains traitements à Snowflake, à Databricks et à BigQuery, tandis qu'il s'appuie sur la fédération pour d'autres sources de données.

Une interface métier à l'échelle de l'entreprise

Pour autant, l'éditeur se place plutôt sur les notions de livraison et de gestion.

« Les data products peuvent être fabriqués avec de multiples technologies », relate Franck Carassus. « Nous, nous aidons à les livrer et à les consommer ».

Outre son interface revisitée, Huwise fournit des API, permet de concevoir des pages dédiées, [intègre des outils de visualisation](#) ou infuse des solutions BI externes.

« La connexion à Power BI en mode embarqué est déjà en place sur les marketplaces de certains de nos clients », affirme David Thoumas, cofondateur et CTO de Huwise.

À ce titre, Jean-Marc Lazard explique que la connexion aux tableaux de bord, aux rapports ou aux projets BI (qui sont des [produits de données](#)), permet d'en mesurer l'usage. Et donc, potentiellement, de « rationaliser les licences ».

« Les DSI ont envie de savoir et de superviser qui utilise quoi, surtout pour quoi faire, afin de rationaliser l'usage des infrastructures, des licences, des applications spécifiques et des rapports BI », explique-t-il.

Mais il est également question d'ouvrir ses produits de données aux agents IA à [travers le serveur MCP présenté cet été](#). « Nous sommes plutôt un acteur "AI Ready" qu'un spécialiste de l'IA agentique », relativise Franck Carassus.

L'éditeur intègre des fonctions de recherche sémantique, de chatbot (OpenAI, Mistral) et de recommandations IA. Des fonctions qui sont à la fois disponibles en cloud ou sur site.

Huwise prévoit d'étendre sa présence internationale dans le reste de l'Europe, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en Australie.

« Les DSI ont envie de savoir et de superviser qui utilise quoi, surtout pour quoi faire, afin de rationaliser l'usage des infrastructures, des licences, des applications spécifiques et des rapports BI. »

Jean-Marc Lazard
Cofondateur et CEO, Huwise

« Les entreprises ont investi massivement dans des architectures de données modernes et elles s'aperçoivent que, dans la majorité des cas, les données restent indisponibles. »

Franck Carassus
Cofondateur et CEO Amérique du Nord, Huwise

Consulter l'article

LOGICIEL

Opendatasoft devient Huwise

by BERTRAND GARÉ le 1 OCTOBRE 2025

Huwise (human + wise) vise à marquer par cette nouvelle identité l'entrée de la société dans une nouvelle ère des places de marché des données qui rend possible l'exploration des données pour toutes et tous, celle où chaque utilisateur métier dans les organisations accède sans friction à une information fiable fondée sur des faits, génératrice d'innovation et de performance. Pour marquer cette étape l'entreprise annonce la disponibilité générale de sa solution de place de marché de données produits qui se veut une solution d'exploration, intuitive, interopérable et prête pour l'intelligence artificielle, pensée pour les métiers et les utilisateurs non experts. La plate-forme propose aux collaborateurs et partenaires un accès unique, sécurisé et en self-service aux données produits sur les places de marchés internes comme externes.

La solution comprend des connecteurs natifs et API de connexion à la plupart des sources de données et solutions de data management. Elle intègre l'IA et les serveurs MCP ainsi qu'un Data catalog intuitif pour une adoption rapide. Un moteur de recherche s'appuyant sur l'intelligence artificielle facilite la recherche et la réutilisation des données. La place de marché comprend 50 000 jeux de données publics et des processeurs pour enrichir les données. Un processus en entonnoir de conversion, des fonctions de lignage des données et des outils no code de visualisation complètent la plate-forme avec des workflows d'accès sécurisés tout en étant hébergée sur un cloud souverain et conforme à la réglementation.

Huwise

[Consulter l'article](#)

CYBERSÉCURITÉ \ PROTECTION DES DONNÉES \ SOUVERAINÉTÉ

Cyberattaques : Du Royaume-Uni au Japon, des usines à l'arrêt

Alice Vitard
02 octobre 2025 | 14h00
5 min. de lecture
Réagir →



A la Une

Deux cyberattaques d'ampleur frappent de plein fouet l'industrie mondiale. Au Royaume-Uni, Jaguar Land Rover a dû mettre à l'arrêt ses lignes de production, incapables de fonctionner après une intrusion informatique qui a touché ses systèmes centraux. Conséquences immédiates : des pertes estimées à plusieurs dizaines de millions de livres sterling par semaine et une fragilisation en cascade de l'ensemble de sa chaîne de fournisseurs. Face à l'ampleur du choc, le gouvernement britannique a même dû se porter garant d'un prêt de 1,5 milliard de livres sterling.

Au Japon, c'est le géant de la bière Asahi qui a vu ses expéditions, ses commandes et son service client paralysés. Plusieurs de ses sites de production ont été stoppés, plongeant le groupe - qui détient près d'un tiers du marché domestique - dans l'incertitude. Là encore, le préjudice ne se limite pas aux pertes financières : c'est toute une organisation qui se retrouve fragilisée.

Ces deux attaques soulignent une même réalité : la cybercriminalité est désormais capable de stopper des fleurons industriels en quelques instants. L'effet domino sur la production, la logistique et les finances démontre que la sécurité informatique est un sujet vital de résilience économique.

L'essentiel à savoir

La moitié des salariés ne suit pas régulièrement les formations en cybersécurité. Si deux tiers des entreprises proposent des programmes de sensibilisation à la sécurité informatique, seuls 45% des salariés y participent activement. Le manque de temps est la principale explication. C'est le constat alarmant qui ressort d'une enquête, menée par Ipsos pour l'entreprise Riot, révélée en exclusivité par L'Usine Digitale.

L'administration publique reste la première cible des cyberattaques en Europe. Selon le rapport annuel de l'Agence de l'Union européenne pour la cybersécurité, l'administration publique, les transports et les services numériques figurent parmi les secteurs les plus touchés par les attaques informatiques. Le ransomware reste la menace la plus déstabilisatrice, malgré une baisse de 11% par rapport à l'année dernière.

Microsoft lance un app store de la cybersécurité alimenté par des agents IA. La société américaine vient de dévoiler le Security Store, une marketplace consacrée aux solutions SaaS de cybersécurité. Une brique essentielle est ajoutée : la possibilité pour les utilisateurs de créer et de déployer leurs propres agents Copilot afin d'automatiser certaines tâches.

Eviden et Vates lancent une pile de virtualisation 100% européenne, du serveur à l'hyperviseur. Les deux entreprises s'associent pour lancer une infrastructure de virtualisation 100% européenne. En combinant les serveurs BullSequana SH et la pile open source Vates VMS, les deux entreprises entendent offrir une alternative aux solutions américaines.

Seclab veut bâtir un champion européen de la cybersécurité industrielle. Né du nucléaire et racheté par Michel Van Den Bergh, ancien président du Campus Cyber, Seclab veut devenir le champion européen de la cybersécurité industrielle. A l'origine d'un boîtier qui coupe physiquement les réseaux industriels pour les protéger des attaques, sa technologie s'adresse aux entités opérant dans des secteurs critiques. L'entreprise souhaite désormais s'imposer face aux géants du secteur.

Opendatasoft devient Huwise pour s'imposer comme le leader des "data product marketplaces". Après 14 ans d'existence, Opendatasoft change d'identité et devient "Huwise". Derrière ce rebranding, l'ambition est la suivante : accélérer son développement à l'international et s'imposer comme le pure player des data product marketplaces.

Google muscle la sécurité de Drive avec un moteur IA entraîné sur des millions de ransomwares. La firme de Mountain View renforce la sécurité de Drive, son service de stockage et de synchronisation de fichiers dans le cloud, en intégrant un moteur d'IA capable de détecter en temps réel les comportements typiques d'une attaque par ransomware. Entraîné sur des millions d'échantillons, ce système interrompt automatiquement la synchronisation des fichiers pour éviter leur chiffrement et permet aux utilisateurs de restaurer leurs données en quelques clics.

Alerte cyber : La fuite de données de la semaine

Des données médicales exposées après un incident de sécurité chez Inovie Labsud. Le groupe de laboratoires a subi un accès non autorisé aux données personnelles de ses patients. L'incident concerne des informations médicales et administratives. 3,2 millions de personnes seraient touchées par cette fuite.

Les informations compromises sont administratives (identité, coordonnées de contact, informations liées aux régimes de sécurité sociale et de mutuelle) et médicales (données relatives aux caractéristiques des tests réalisés en laboratoire). En revanche, la société a précisé qu'aucune donnée bancaire, ni mot de passe d'accès à l'espace patient n'a été exposée.

La levée de fonds de la semaine

Mondoo lève 17,5 millions de dollars pour sa plateforme de gestion des vulnérabilités. L'entreprise américaine souhaite accélérer la commercialisation de son produit. Le tour de table a été mené par HV Capital, avec la participation de nouveaux investisseurs stratégiques comme T.Capital, ainsi que des investisseurs existants tels qu'Atomico, Firstminute Capital et System.One.

Mondoo a développé une plateforme de gestion des vulnérabilités alimentée par l'intelligence artificielle, fondée sur le concept d'agentic vulnerability management. Sa technologie déploie des agents intelligents capables d'identifier et de hiérarchiser les failles en temps réel, d'automatiser les contrôles et de proposer ou exécuter directement des remédiations. Elle vise à dépasser les scanners classiques en offrant une approche proactive.

Le focus réglementaire et conformité

La Cnil et l'Inria s'allient autour de la protection des données. Les deux organismes ont annoncé la signature d'un nouveau partenariat afin de mener des travaux sur la protection des données personnelles et de la vie privée, l'évaluation des algorithmes et des systèmes d'IA. Cette collaboration passe par l'organisation d'ateliers d'échanges et de conférences grand public, le développement d'outils pédagogiques et de formations ainsi que l'accueil croisé d'experts de chaque organisme.

Le coin opérationnel

Cisco alerte sur une campagne de cyberespionnage ciblant ses équipements réseau. Une campagne sophistiquée, baptisée ArcaneDoor, exploite des failles zero-day dans les pare-feux Cisco. Plusieurs agences de cybersécurité, dont l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (Anssi), appellent les organisations à prendre des mesures immédiates face à cette menace persistante et difficile à éradiquer.

SÉLECTIONNÉ POUR VOUS



Comment l'Île-de-France se prépare à NIS 2 en contrôlant sa chaîne d'approvisionnement

Bitdefender choisit OVHcloud pour l'hébergement souverain de sa plateforme de cybersécurité

La BCE se rapproche de la scale-up d'IA Feedzai et de Capgemini pour son futur euro numérique



Opendatasoft se renomme Huwise

RÉORGANISATION,



Grâce à l'adoption du protocole MCP, Huwise permet désormais aux entreprises de connecter leurs agents IA à leurs données.

Opendatasoft change de nom pour Huwise, une identité qui correspond à son ambition d'interagir plus simplement avec la data, surtout à l'heure de l'IA.

Opendatasoft, l'éditeur français spécialisé dans la gestion et transformation des data, change de nom et se rebaptise Huwise. Pourquoi cette nouvelle identité ? Pour Jean-Marc Lazard, président et co-fondateur de l'entreprise, ce nom est une contraction de Human + Wise, qui élève la réflexion humaine grâce à la donnée... « Huwise symbolise l'humain mais c'est aussi un signe qui rappelle celui d'un champ de recherche, un espace d'expression comme une invitation subtile à explorer. Cette évolution est donc

l'accord parfait entre l'humain et notre expertise à déployer des data product marketplaces, essentielles pour valoriser les données », précise-t-il. Aujourd'hui, plus de 350 clients dans 25 pays font déjà confiance à l'éditeur, avec plus de 3 000 data product marketplaces déployées dans des secteurs tels que la banque, l'assurance, les administrations, le retail ou l'industrie.

L'adoption du protocole MCP

Derrière ce changement de nom, c'est aussi l'expertise technique de Huwise qui fait la différence comme le mentionne le dirigeant, surtout à l'heure de l'IA. En effet, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à souhaiter déployer en interne des modèles d'agents IA - des systèmes qui agissent de manière quasi autonome et réalisent des tâches complexes. Des modèles qu'il faut alimenter avec des données. Huwise dispose justement de cette expertise dans cette mise à disposition des données, il a notamment lancé cet été un serveur MCP permettant aux utilisateurs d'interagir facilement avec les données qualitatives et structurées présentes sur les marketplaces Huwise via des appels de fonction. En adoptant le protocole MCP, l'éditeur agit de manière agnostique vis-à-vis des modèles. Il indique d'ailleurs avoir mené des tests avec des applications desktop comme Claude Desktop d'Anthropic, mais aussi avec des solutions compatibles MCP comme Mistral AI, ChatGPT d'OpenAI ou Microsoft Copilot.

Par Benoît Huet

TOUTE L'ACTUALITÉ / BUSINESS / STRATÉGIE

L'avenir d'Opendatasoft dans la data pour les agents IA

Benoît Huet, publié le 07 Octobre 2025



L'éditeur français en gestion et transformation des données Opendatasoft change de nom pour Huwise. Une identité qui correspond à son ambition d'interagir plus simplement avec la data, surtout à l'heure de l'IA.



Grâce à l'adoption du protocole MCP, Huwise permet désormais aux entreprises de connecter leurs agents IA à leurs données. (crédit : DR)

LIVRES BLANCS

DevOps : atténuer les risques de configuration et maintenir la conformité de son parc informatique

Étude de cas : l'impact d'une infrastructure réseau optimisée sur l'expansion de Kiabi

Connectivité, stockage, communication : comment Setec a repensé son réseau

Opendatasoft, spécialisé dans la gestion et la transformation des data, change de nom et se rebaptise Huwise. Pourquoi cette nouvelle identité ? Pour Jean-Marc Lazard, président et co-fondateur de l'entreprise, ce nom est une contraction de Human + Wise, qui élève la réflexion humaine grâce à la donnée... « Huwise symbolise l'humain mais c'est aussi un signe qui rappelle celui d'un champ de

recherche, un espace d'expression comme une invitation subtile à explorer. Cette évolution est donc l'accord parfait entre l'humain et notre expertise à déployer des data product marketplaces, essentielles pour valoriser les données », précise-t-il. Aujourd'hui, plus de 350 clients dans 25 pays font déjà confiance à l'éditeur, avec plus de 3 000 data product marketplaces déployées dans des secteurs tels que la banque, l'assurance, les administrations, le retail ou l'industrie.

L'adoption du protocole MCP

Derrière ce changement de nom, c'est aussi l'expertise technique de Huwise qui fait la différence comme le mentionne le dirigeant, surtout à l'heure de l'IA. En effet, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à souhaiter déployer en interne des modèles d'agents IA - des systèmes qui agissent de manière quasi autonome et réalisent des tâches complexes. Des modèles qu'il faut alimenter avec des données. Huwise dispose justement de cette expertise dans cette mise à disposition des données, il a notamment lancé cet été un serveur MCP permettant aux utilisateurs d'interagir facilement avec les données qualitatives et structurées présentes sur les marketplaces Huwise via des appels de fonction. En adoptant le protocole MCP, l'éditeur agit de manière agnostique vis-à-vis des modèles. Il indique d'ailleurs avoir mené des tests avec des applications desktop comme Claude Desktop d'Anthropic, mais aussi avec des solutions compatibles MCP comme Mistral AI, ChatGPT d'OpenAI ou Microsoft Copilot.

Article rédigé par
Benoît Huet

Une erreur dans l'article ?
[Proposez-nous une correction](#)

SUIVRE TOUTE L'ACTUALITÉ

Newsletter

Recevez notre newsletter comme plus de 50 000 professionnels de l'IT

[JE M'ABONNE](#)

LEMONDE INFORMATIQUE

WEBCONFÉRENCE

Comment l'IA peut-elle devenir la meilleure alliée stratégique de la fonction Finance ?

26 septembre 2025
de 9h30 à 12h30

[S'inscrire ici !](#)

medius Sage SAP Concur

[Consulter l'article](#)

Tableau des [retombées]

Date	Média	Titre	Lien
30/09/2025	L'Usine Digitale	Opendatasoft devient Huwise pour s'imposer comme le leader des "data product marketplaces"	Lien
30/09/2025	ZDNET	Huwise (ex-Opendatasoft) officialise sa stratégie de Data Products marketplace	Lien
30/09/2025	La Tribune	Le data platform management, cette niche de l'IA dans laquelle la France a une carte à jouer	Lien
30/09/2025	Archimag	Opendatasoft change d'identité et devient Huwise	Lien
30/09/2025	Alliancy	Opendatasoft devient Huwise et veut transformer l'accès à la data pour répondre aux défis de l'IA	Lien
01/10/2025	La Tribune	Le data platform management, cette niche de l'IA dans laquelle la France a une carte à jouer	
01/10/2025	L'Informaticien	Opendatasoft devient Huwise	Lien
01/10/2025	Le Mag IT	Data Product : Opendatasoft devient Huwise	Lien
02/10/2025	L'Usine Digitale	Cyberattaques : Du Royaume-Uni au Japon, des usines à l'arrêt	Lien
06/10/2025	Distributique	Opendatasoft se renomme Huwise	Lien
07/10/2025	Le Monde Informatique	L'avenir d'Opendatasoft dans la data pour les agents IA	Lien