

En France, les Chief Data Officers redéfinissent leur stratégie pour tirer pleinement parti de l'IA, selon une étude IBM

- 84 % des Chief Data Officers français affirment que leur stratégie est désormais intégrée à leur feuille de route technologique.

- Pourtant, seul 22 % d'entre eux sont convaincus que leurs datas, basées sur l'IA, peuvent générer de la valeur pour l'entreprise.

- 79 % des Chief Data Officers interrogés rencontrent des difficultés à pourvoir les postes clés dans leur domaine d'expertise.



Paris, le 3 décembre 2025 : Une nouvelle étude mondiale de l'IBM Institute for Business Value (NYSE : IBM) révèle que la stratégie des entreprises en matière de data évolue rapidement en fonction de la mise à l'échelle de l'IA dans leurs activités. Ces résultats montrent que, même dirigée par les Chief Data Officers (CDO), la transformation reste limitée car beaucoup estiment que leurs datas ne sont pas prêtes à être exploitées pleinement par l'IA. De plus, les CDOs se heurtent au manque de talents.

« L'IA à grande échelle est possible, mais elle dépend de datas fiables. Pour les CDO, cela implique de mettre en place une architecture intégrée qui favorise l'innovation et crée de la valeur. », a déclaré **Ed Lovely, Vice-President & Chief Data Officers, IBM**. « Les organisations qui réussissent ne se contentent pas d'améliorer leur IA : elles accélèrent leurs décisions, s'adaptent vite et prennent une longueur d'avance. »

Le rôle du CDO évolue d'un responsable de la data vers un rôle commercial alors que la valeur des datas reste à prouver

- En France, 92 % des CDO affirment qu'il est essentiel de se concentrer sur les résultats business pour réussir, ce qui montre que le leadership en matière de data est directement lié à la valeur de l'entreprise.

- Cependant, 22 % des CDO se disent convaincus de pouvoir démontrer clairement comment les datas génèrent de la valeur pour leur entreprise.

Le déploiement de datas est désormais la priorité pour les CDO, avant la gouvernance et la sécurité. 84 % d'entre eux affirment d'ailleurs que leurs **produits de data uniques** ont déjà apporté des avantages concurrentiels significatifs.

Les ambitions en matière d'IA restent élevées malgré le manque de data exploitables

- 84 % des CDO français interrogés accordent la priorité aux investissements qui accélèrent les capacités et les initiatives en matière d'IA.
- Seulement, 20 % d'entre eux sont convaincus que leur organisation peut utiliser les data non structurées de manière à générer de la valeur commerciale, et seuls 22 % affirment que leurs data peuvent générer de nouvelles sources de revenus via l'IA.

Accessibilité, qualité et cohérence des datas : ces écueils freinent l'IA et empêchent les organisations d'exploiter tout le potentiel de leurs datas.

- Plutôt que centraliser les datas, 88 % des CDO choisissent d'y appliquer l'IA pour accélérer la transformation.
- 88 % des dirigeants développent déjà des ensembles de data variés pour entraîner leurs agents IA, mais 78 % reconnaissent qu'ils débutent encore sur la mise à l'échelle et la gouvernance.
- Malgré ces défis, 85 % des dirigeants voient plus d'opportunités que de risques dans le déploiement d'agents IA, et 80 % leur font confiance pour guider leurs décisions.

Une culture axée sur les datas est considérée comme essentielle, mais le manque de talents pourrait ralentir les progrès

- 87 % des CDO estiment que les data sont perdues si elles ne sont pas accessibles aux employés. La démocratisation des data accélère la transformation.
- 85 % des dirigeants encouragent une culture data, mais la rendre réelle reste un enjeu stratégique.
- Par ailleurs, 38 % des CDO interrogés déclarent que le recrutement, le développement et la fidélisation des talents avec des compétences avancées en matière de data constituent un défi majeur.
- Il sont 79 % à éprouver des difficultés à pourvoir les postes clés dans le domaine des datas, et seuls 62 % d'entre eux estiment que leurs efforts de recrutement et de fidélisation leur permettent d'acquérir les compétences et l'expérience nécessaires.

Pour consulter l'étude complète, veuillez visiter : <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/2025-cdo>

Méthodologie de l'étude :

L'IBM Institute for Business Value, en coopération avec Oxford Economics, a interrogé 1 700 dirigeants (dont 85 en France) responsables des datas et de l'analyse tels que des Chief Data Officer, des Chief Data and Analytics Officer, des Chief Analytics Officer, des Chief AI Officer. L'enquête a été menée dans 27 géographies et 19 secteurs d'activité entre juillet et septembre 2025. Les sujets de l'enquête incluaient la stratégie, les normes, la qualité, l'intégrité, la gouvernance et la préparation des datas pour l'IA ainsi que les talents et la culture organisationnelle. L'IBM Institute for Business Value, combine des datas mondiales issues de la recherche et des performances avec l'expertise de spécialistes du secteur et d'universitaires de renom afin de fournir des informations qui permettent aux chefs d'entreprise de prendre des décisions plus éclairées.

Pour en savoir plus, veuillez visiter : www.ibm.com/ibv.

Pour recevoir plus d'informations, abonnez-vous à la newsletter IdeaWatch : <https://ibm.co/ibv-ideawatch>.

À propos d'IBM

IBM est un leader mondial du Cloud hybride et de l'IA, ainsi que des services aux entreprises, qui accompagne ses clients dans plus de 175 pays à capitaliser sur les connaissances issues de leurs données, à rationaliser leurs processus métier, à réduire leurs coûts et à acquérir un avantage concurrentiel dans leurs secteurs d'activité. Près de 4 000 entités gouvernementales et entreprises dans des domaines critiques tels que les services financiers, les télécommunications et les soins de santé font confiance à la plateforme Cloud hybride d'IBM et à Red Hat OpenShift pour impacter leurs transformations numériques rapidement, efficacement et en toute sécurité. Les innovations révolutionnaires d'IBM en matière d'IA, d'informatique quantique, de solutions Cloud spécifiques à certains secteurs et de services aux entreprises offrent des options ouvertes et flexibles à nos clients. Tout cela est soutenu par l'engagement légendaire d'IBM en matière de confiance, de transparence, de responsabilité, d'inclusivité et de service.

Pour en savoir plus : www.ibm.com

Contacts presse :

IBM

Charlotte Maes

Tél. : + 33 (0)7 86 09 83 33

charlotte.maes@ibm.com

Weber Shandwick pour IBM

Louise Weber / Louise Oualid

Tél. : + 33 (0)6 89 59 12 54 / +33 (0)6
98 48 92 05

ibmfrance@webershandwick.com
