

Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer



IT-Espresso -

Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer La première édition du baromètre des Chief Digital/Data Officer (CDO) *, établi en partenariat avec Adobe, Criteo, Digital Jobs, Novedia et [Novamétrie](#), prend la température du déploiement et de l'intégration, au sein des entreprises, de la nouvelle fonction de CDO.

Alors que la transformation digitale est devenue, à court terme, une « *priorité stratégique* » pour 87% des entreprises, seulement 22% d'entre elle possèdent aujourd'hui, au sein de leur structure, un Chief Digital Officer. Le baromètre table sur une moyenne de 37% en 2016...

Transformer, fédérer, piloter : le CDO doit assumer un rôle complexe et multitâche. Il doit être rapidement capable de « *démontrer l'impact positif du digital* », notamment en matière de croissance de l'activité.

Il doit également s'attendre à se heurter certaines réticences et de résistance au changement : le CDO incarne en effet souvent au sein de l'entreprise la personification du changement organisationnel et fonctionnel, qui peut bouleverser les habitudes.

« *Communicant, créateur de lien, diplomate d'entreprise* », il doit saisir et comprendre les différents enjeux marketing, IT et métiers et briser les silos d'informations.

La nomination d'un CDO est présentée comme un vecteur d'agilité et de mobilité, de renforcement des modes collaboratifs. Mais 41% d'entre eux estiment que leur niveau hiérarchique et le pouvoir sont inadapés aux enjeux de leur fonction.

« *La gloire ou l'échec, voilà ce qui attend le CDO fraîchement nommé [...] Le CDO doit avoir le soutien de la Direction Générale, être le meilleur ami du CIO et du CMO, gérer la dualité temporelle entre le court et le moyen terme* », fait remarquer Christophe Excoffier, président de [Novamétrie](#).

*Etude réalisée auprès de 201 dirigeants en France du 11 mai au 5 juin 2015

Crédit image : Sergey Nivens - Shutterstock.com