

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 24 septembre 2015

**Iron Mountain et PwC présentent
le 1^{er} indice sur la valeur des informations
pour mesurer comment les entreprises s’y prennent
pour mettre leurs informations à profit**

**Deux tiers des entreprises peinent à extraire de la valeur de leurs informations,
et elles sont un quart à n’en retirer aucun avantage**

4% seulement des entreprises savent extraire un maximum de valeur des informations qu’elles détiennent et plus d’un tiers (36%) déplorent le manque d’outils et de compétences pour ce faire, c’est ce que révèle une nouvelle étude qu’[Iron Mountain](#), le spécialiste des services de conservation et de gestion de l’information (IRM), a réalisé avec PwC. 43% des entreprises interrogées en Europe et en Amérique du Nord ne dégagent que peu d’avantages concrets de leurs informations, et 23% n’en retirent aucun avantage d’aucune sorte.



- 4% seulement des entreprises savent extraire un maximum de valeur des informations qu’elles détiennent

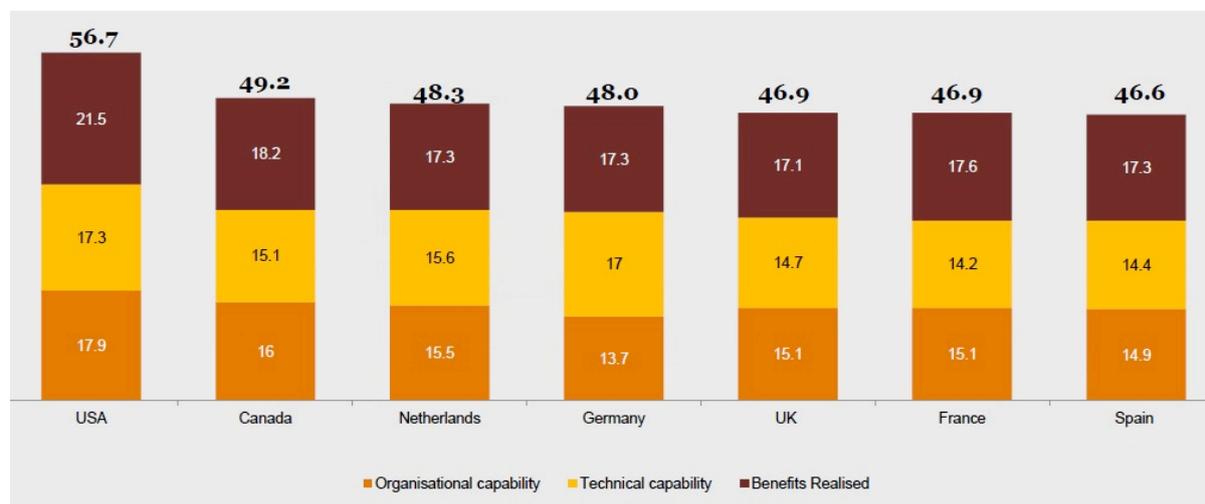


- Plus d’un tiers (36%) déplorent le manque d’outils et de compétences pour ce faire

Pour cette étude, 1 800 entrepreneurs ont été interrogés, autant en Europe qu'en Amérique du Nord, à la tête d'entreprises de taille moyenne (plus de 250 employés) et de grandes entreprises (plus de 2 500 employés).

Un score moyen de 50,1 sur 100 et de 46,9 pour la France, avant dernière

Les résultats obtenus ont servi à produire un indice sur la valeur des informations, *Information Value Index*, qui mesure comment différentes entreprises de différents pays s'y prennent, pour mettre leurs informations à profit et soutenir leur compétitivité. Avec un score moyen de 50,1 sur un score idéal de 100 (47,3 en Europe, 46,9 en France et 52,9 en Amérique du Nord), l'indice confirme que la grande majorité des entreprises, toute taille, tout secteur et tout pays confondus, ont encore un long chemin à parcourir avant d'être en capacité de valoriser pleinement leurs informations.

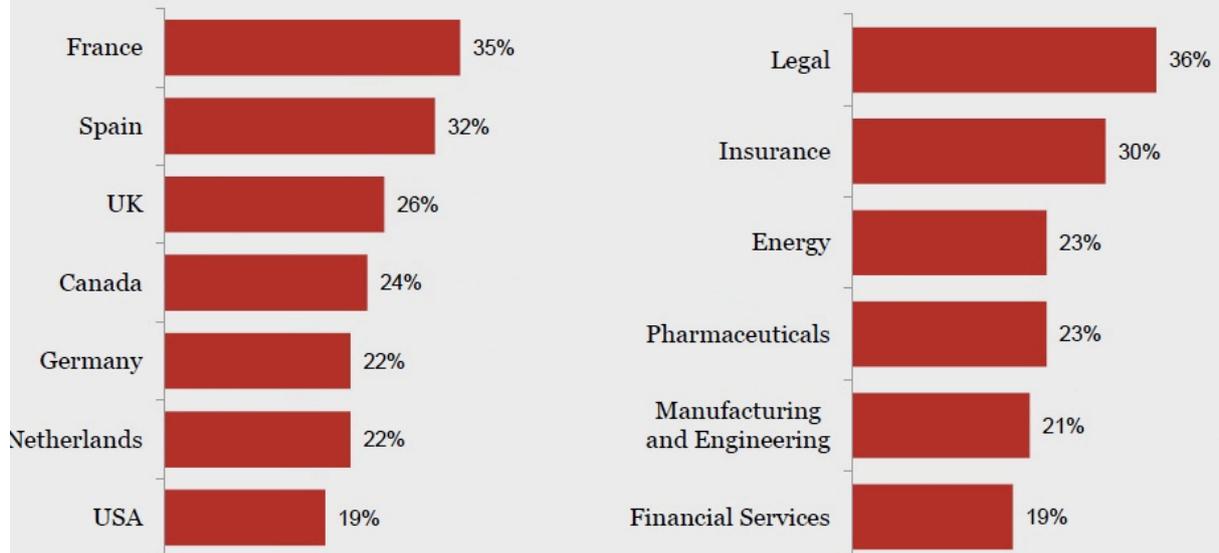


Si beaucoup ont le sentiment [67% en Europe/59% en France/75% en Amérique du Nord]ⁱ qu'ils valorisent déjà bien leurs informations, les ressources qu'ils déploient révèlent un tout autre tableau.

Un quart (27% en Europe/35% en France/22% en Amérique du Nord) des entreprises interrogées **n'emploient pas d'analyste des données** pour extraire de la valeur de leurs informations, ou elles **ne disposent pas de compétences pour interpréter les données** (23% globalement –23% en Europe/33% en France/21% en Amérique du Nord) ou **ignorent comment utiliser les connaissances acquises** (23% globalement –25% en Europe/29% en France/22% en Amérique du Nord) pour transformer l'information en arguments décisionnels, développer des campagnes de marketing ciblées, améliorer leurs processus et innover pour dégager une véritable valeur de leurs informations.

Data analysts:

No Data analysts employed for the specific aim of optimising and managing the value of our data



Beaucoup ignorent comment gérer efficacement l'information qui circule dans l'entreprise. Quasiment **un dirigeant sur cinq** estime que son entreprise **ne sait pas quelle information elle détient** (16% globalement – 18% en Europe et en France/12% en Amérique du Nord), qu'elle ignore comment circulent les informations, **où elles seraient les plus utiles** (28% globalement – 32% en Europe/30% en France, en dernière position/23% en Amérique du Nord) **ou les plus vulnérables** (21% globalement – 21% en Europe et en France/20% en Amérique du Nord).

28% globalement - 32% en Europe/30% en France/23% en Amérique du Nord

ignorent comment circulent les informations et où elles seraient les plus utiles.

21% globalement - 21% en Europe et en France/20% en Amérique du Nord

ignorent comment circulent les informations et où elles seraient les plus vulnérables.

*« Toutes les entreprises aspirent à utiliser judicieusement l'information pour gagner en efficacité de fonctionnement et mieux rivaliser avec leurs concurrents. Or, dans de nombreux cas, **les compétences requises, les moyens techniques et la culture d'entreprise font défaut.** Ces manquements sont ressentis au plus haut niveau. Près d'un quart des hauts dirigeants se demandent encore comment valoriser l'information pour prendre des décisions plus rapides, accélérer le cycle de développement de produits, faire des économies ou acquérir et fidéliser les clients. Gérer les informations détenues pour devancer ses concurrents devient vital pour réussir dans la durée. Ce devrait être une priorité de chaque dirigeant d'entreprise »,* déclare Edward Hladky, Président-Directeur Général d'Iron Mountain France.

Pour Richard Petley de PwC, **l'information fait partie des actifs des entreprises les plus sous-estimés dans le monde des affaires :**

« Chaque transaction avec un client et chaque interaction avec un interlocuteur produisent de la connaissance du marché, des renseignements sur les clients, une piste d'innovation et la promesse d'un gain potentiel. Pourtant, notre indice sur la valeur des informations, Information Value Index, montre que 4% seulement des entreprises font l'effort d'extraire des renseignements utiles de leurs informations, en quête d'un possible avantage concurrentiel. Dans le domaine de la gestion de l'information, bon nombre de grands groupes mondiaux ignorent ce qu'ils ignorent et n'essayent même pas d'en savoir plus.

« Dans notre monde numérique du tout connecté, l'information est une source de renseignements qui sont une source de pouvoir, et l'évolution de la technologie fait qu'il n'a jamais été aussi facile d'exploiter l'information et de la valoriser comme n'importe quel autre bien de l'entreprise. La publication de cet indice sur la valeur des informations propose une nouvelle échelle de référence aux organisations pour leur permettre d'évaluer leur capacité à valoriser leurs informations. »

Un résumé du rapport «Bénéficiaire de tous les avantages de l'information: Comment les entreprises peuvent profiter de toute la valeur des informations qu'elles détiennent ?» est téléchargeable ici : www.ironmountain.fr/pwc

Contact Presse : Agence Eliotrope : Gilles Lyonnet

Tél. : 01 53 17 16 44

e-mail : lyonnet@eliotrope.fr

151, rue du Fbg St Antoine - 75011 Paris - www.eliotrope.fr

Contact Iron Mountain

Gina Rotondo

+33 (0)1 69 74 89 10- E: grotondo@ironmountain.fr

A propos d'Iron Mountain :

Iron Mountain Incorporated (NYSE: IRM) est un spécialiste des solutions de conservation et de gestion de l'information. Présent à l'international avec plus d'un millier d'implantations dans 36 pays, la surface cumulée de ses installations atteint plus de 6,2 millions m², lui permettant de répondre aux attentes de ses clients de manière rapide et efficace. Ses solutions de gestion des documents, des dossiers et des archives, de sauvegarde et de restauration de données, aident les entreprises à réduire leurs coûts de stockage, à se conformer aux réglementations en vigueur, à accélérer la reprise de leur activité après un sinistre et à mieux utiliser l'information en faveur de leur compétitivité. Fondée en 1951, Iron Mountain conserve et protège des milliards de fichiers, depuis les archives d'entreprise, bandes de sauvegarde et fichiers électroniques jusqu'aux dossiers médicaux. Pour en savoir plus, rendez-vous sur <http://www.ironmountain.fr>

Iron Mountain et PwC ont interrogé 1 800 dirigeants d'entreprise de nombreux secteurs (énergie, services financiers, services juridiques, fabrication et ingénierie, santé (USA uniquement), assurances, laboratoires pharmaceutiques), en Amérique du Nord (USA et Canada) et dans cinq pays européens (France, Allemagne, Espagne, Pays-Bas et Royaume-Uni). Les réponses obtenues aux 36 questions de cette étude ont été utilisées pour élaborer l'**indice sur la valeur des informations**. PwC et Iron Mountain considèrent que les questions de l'étude représentent les capacités d'organisation (gouvernance et culture) et les moyens techniques (compétences et outils) à réunir pour transformer l'information en avantage, ainsi que les bénéfices à en retirer.