

**DIGDASH,
l'acteur français de BI agile
trace son sillon sur le marché de l'analytique**



DIGDASH



Interview d'Antoine Buat,

CEO de Digdash.

**Propos recueillis par Laurence Dubrovin,
Analyste Conseil, Expert
BI/Analytics/IA, CRM/CxM & MDM**

Table des matières

LA PROBLÉMATIQUE DES CLIENTS

LE PROGICIEL

LA TARIFICATION

LES RÉFÉRENCES CLIENTS

LES PARTENAIRES

LES CONCURRENTS

VOTRE VISIBILITÉ SUR LE MARCHÉ

LES SERVICES AUPRÈS DES CLIENTS

EN SYNTHÈSE

AVIS DE L'ANALYSTE

**DIGDASH, l'acteur français de BI agile
trace son sillon sur le marché de l'analytique**

Interview d'Antoine Buat, CEO de Digidash. Propos recueillis par Laurence Dubrovin, Analyste Conseil, Expert BI/Analytics/IA, CRM/CxM & MDM

Laurence Dubrovin : Bonjour Antoine, pourriez-vous nous présenter Digidash en quelques mots

Antoine Buat : Digidash est un éditeur français qui a été créé en 2006 et qui se positionne sur le tableau de bord agile, la visualisation, l'exploration et l'analytique autour des données.

Nous sommes à ce jour 40 personnes (dont 30 développeurs et consultants) essentiellement basées en France (Paris, Aix en Provence) mais aussi en Europe (Espagne à Madrid). Nous enregistrons une croissance de +40% sur les projets par an et avons 450 clients répartis dans 25 pays.

Nous avons été très bien notés dans l'enquête BI survey 2019 de BARC : leader dans 11 catégories, 100% de nos clients recommandent DigDash, 94% estiment que nos fonctionnalités sont excellentes. Nos 150 000 utilisateurs sont issus d'entreprises et organismes de tous secteurs d'activités et de toutes tailles.

L.D. : Avez-vous déjà eu recours à des fonds d'investissement pour soutenir votre croissance ?

A.B. Nous n'avons pas de fond d'investissement à notre capital. Nous avons, dès la création de l'entreprise, eu comme objectif d'être le plus autonome et indépendant possible. Ceci nous permet d'établir une roadmap qui n'a pas vocation à être la cible d'une acquisition par un acteur tiers mais à servir au mieux les besoins de nos clients. Les quatre actionnaires fondateurs dont je fais partie ont financé cette aventure qui est devenue rapidement rentable. Un modèle de croissance sans doute plus lent mais plus pérenne.

LA PROBLÉMATIQUE DES CLIENTS

L.D. Pouvez-vous nous décrire le contexte des entreprises aujourd'hui en termes d'accès et d'analyse de leurs données ?

A.B. Les entreprises disposent d'une manne d'informations inexploitée par manque d'outils adaptés au profil des collaborateurs pouvant les analyser. Seuls les analystes peuvent en tirer profit alors que les utilisateurs novices n'y ont pas accès. Or la BI doit adresser tous les types d'utilisateurs : depuis l'utilisateur occasionnel jusqu'au développeur de modèles.

Aussi, nous proposons un outil pour lequel la prise en main est immédiate car son utilisation est intuitive. Nous nous positionnons, vis-à-vis des directions métiers des entreprises, à la fois sur la visualisation d'indicateurs clés pour le suivi de leurs activités à travers des tableaux de bord, sur la manipulation intuitive des données mais aussi sur la découverte des données.

LE PROGICIEL

L.D. : Quelles sont les dernières évolutions de votre offre ?

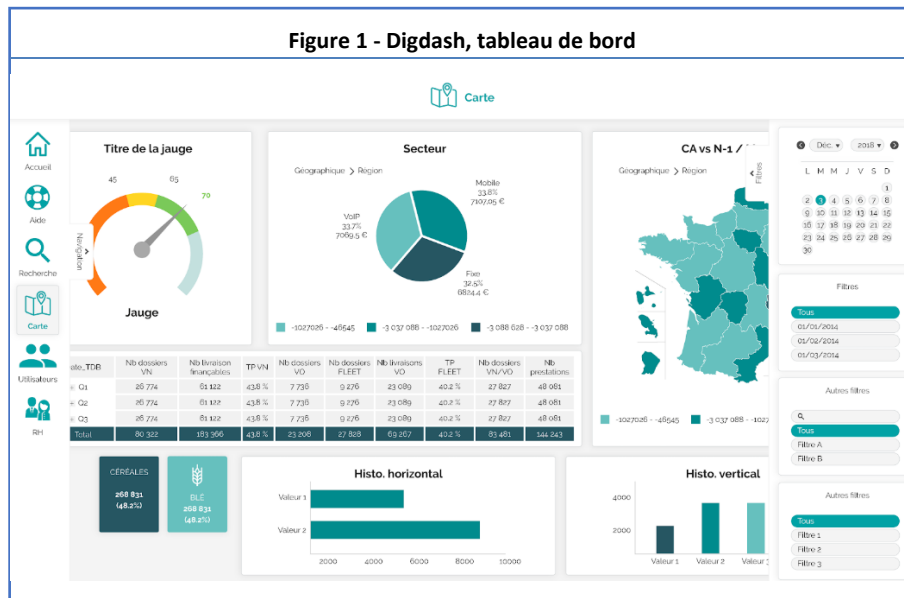
A.B. Notre offre couvre les champs fonctionnels de la BI :

- le tableau de bord agile,
- la visualisation des données,
- l'exploration et l'analytique sur les données.

Notre plateforme permet de construire des applications décisionnelles métiers avec :

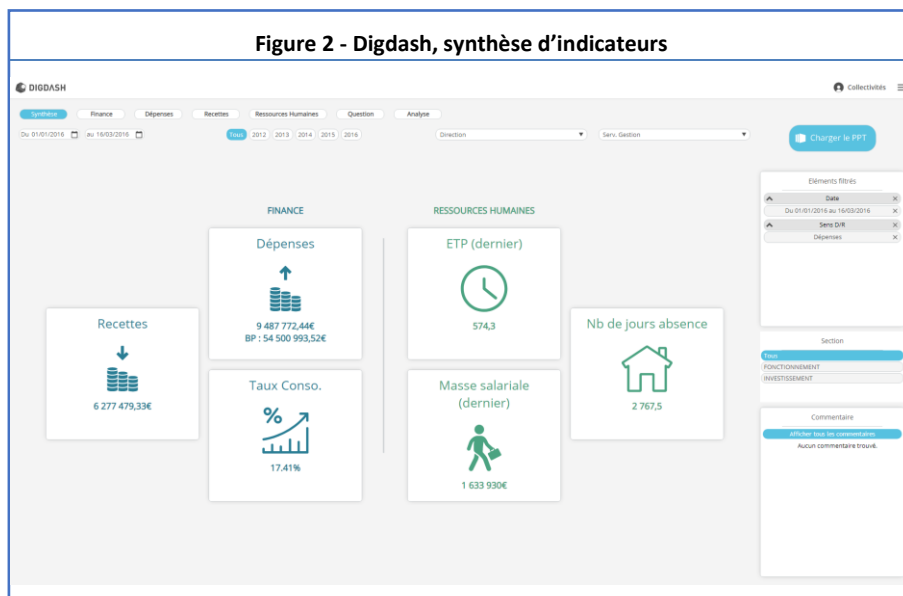
- la **préparation de données** (collecte, agrégation, transformation, ...), ce qui constitue un petit ETL pour alimenter notre propre source de données

- la **data visualisation** (graphiques avancés, interactions, ...)
- la **publication** (Web sur tout type de navigateur, Mobile sur tout type de support, Office par export,..)
- les **analyses avancées** (analyse d'ensemble, analyse prédictive, séries temporelles, regroupement,...)
- la **fonction tableau de bord** permet de :
 - Piloter des indicateurs préétablis de manière synthétique,
 - Explorer les données structurées (changement d'axe, de dimension etc.),
 - Communiquer sur les données de manière efficace.



La plateforme est dotée d'**Intelligence Artificielle** pour :

- la **requête en langage naturel**,
- la **découverte de données** (ex : découverte de dimensions temporelles ou géographiques, création automatique de hiérarchies).



Les visuels sont entièrement «responsive design » et s'adaptent ainsi au type de support (mobile, Web). En revanche, nous avons pris le parti de ne pas proposer d'application mobile qui induit le plus souvent beaucoup de contraintes en déploiement (sécurité, volumétries des données, taille de l'application, etc.)

L'agilité se traduit à plusieurs niveaux :

Notre solution permet aisément l'ajout de nouvelles dimensions ou indicateurs, mais aussi d'effectuer des modifications plus globales (ex : charte graphique définie de façon centralisée etc.)

Notre démarche commerciale consiste aussi à développer des spécificités pour le client via un **Programme d'Innovation Client** (voir plus bas).

Notre plateforme adresse à **tout type d'utilisateurs** :

- **L'utilisateur métier** non habitué à manipuler des données,
- **L'analyste**, non spécialiste de statistiques mais habitué à manipuler des données,
- **Le responsable décisionnel** qui, lui, conçoit les modèles, transforme les données et assure leur cohérence et leur documentation.

Notre offre permet d'accéder à **tous types de données** (Big data et autres) : structurées (bases de données), semi structurées (JSON, XML, Excel, CSV) ou non structurées (document).

Les dernières évolutions de l'offre sont :

- **Une analyse automatique de la donnée en self-service** plus poussée : il s'agit en quelques clics d'obtenir des restitutions pertinentes.
- **De nouvelles infographies** sont proposées.

Notre architecture est flexible en termes de déploiement (sur site ou dans le Cloud) et aussi d'intégration (elle s'insère au système existant, notamment en prenant en compte l'annuaire d'entreprise). Elle permet de personnaliser et de sécuriser l'accès aux données et de s'intégrer à des applications ou des portails externes.

LA TARIFICATION

L.D. Quels modes d'installation et de tarification proposez-vous ?

A.B. Le logiciel existe en mode « on premise » (installation sur site) ou bien Cloud (mode hébergé). Il supporte les types de cloud suivants : AWS, Microsoft Azure, Google platform, OVH, etc. Il est ainsi possible d'acheter des licences ou de souscrire à un abonnement. Actuellement, 15 à 20% de notre parc est dans le Cloud, le reste est sur site. Mais en 2019, plus de 50% des nouveaux projets l'ont été dans le Cloud.

Dans tous les cas, la tarification dépend du nombre d'utilisateurs.

LES RÉFÉRENCES CLIENTS

L.D. Pouvez-vous nous citer quelques références significatives ?

A.B. Nous couvrons tous les secteurs et toutes les tailles d'entreprises ou organismes :

- **Le secteur bancaire** (Caisse d'Epargne, HPS)
- **Le retail** (Promod, Marionnaud, BricoMarché, Firststop, SoCoo'c),
- **L'énergie** (Engie) et **les télécoms** (Orange),
- **L'industrie, les transports et la logistique** (Volkswagen, Airbus, CGR, La Palette Rouge, Desenfans, Deslile)

- **Le secteur public** : Administrations, collectivités, universités avec par exemple le Ministère de la Justice, le Ministère des Affaires Etrangères, le Ministère de la Santé, le Ministère de l'Education Nationale, Pôle Emploi, CEA, INRA, le département des Yvelines, le département de la Gironde, la ville de Paris, la ville de Rueil Malmaison, la ville de Marseille, l'Université de Nantes.

Nos interlocuteurs chez les clients sont les DSI et les directions métiers.

L.D. Pouvez-vous nous décrire quelques projets et retours clients et/ou cas d'usage ?

A.B. Par exemple, notre client historique **Volkswagen** s'est doté de notre solution pour comparer ses concessions sur plusieurs indicateurs. Volkswagen a par ailleurs gagné, grâce à DigDash, un projet informatique interne.

Un autre client du secteur public, **le département de la Gironde**, réalise des centaines de tableaux de bord quotidiens pour couvrir et suivre la quasi-totalité de ses besoins métiers (gestion des collèges, gestion des routes...).

Côté logistique, **La Palette Rouge** (LPR), expert européen de la location de palettes, a développé un portail client donnant accès à du reporting d'activité en temps réel grâce à notre solution.

New LogUp propose aux PME une plateforme décisionnelle (BI) orientée métier avec des indicateurs permettant aux responsables d'assurer un suivi plus fin de leur activité. La société propose par exemple, à un réseau conséquent de pharmacies, un suivi de leur rentabilité mensuelle ainsi que des statistiques d'activité grâce au déploiement de DigDash.

LES PARTENAIRES

L.D. Quels sont vos principaux partenaires ?

A.B. Nous avons mis en place une stratégie de partenariats stratégiques cette année qui vise à créer un écosystème autour de notre offre afin de répondre de manière plus globale à nos clients. Le premier partenariat que nous venons de signer est OVH Cloud qui nous permet de proposer nos offres en Cloud et avec une plateforme leader européenne, sécurisée et de confiance.

LES CONCURRENTS

L.D. Quels sont vos principaux concurrents ?

A.B. Les principaux acteurs que nous rencontrons sur le marché sont Qlik, Tableau et Microsoft avec Power BI.

VOTRE VISIBILITÉ SUR LE MARCHÉ

L.D. Quels moyens sont mis en œuvre pour vous rendre visible sur le marché ?

A.B. Nous sommes présents dans la grande enquête BI survey de Barc depuis 2 années consécutives, ce qui nous donne une visibilité européenne. De plus, nous participons à des salons et séminaires dédiés à la BI et à l'analytique. Nous avons aussi une stratégie de contenus via notre site internet et nos réseaux sociaux.

Nous avons également ouvert des bureaux à Paris et Madrid et nous nous employons à nouer des partenariats stratégiques. Par exemple, nous sommes dernièrement devenus Advanced Partner OVH Cloud.

Mais notre meilleur levier de notoriété reste nos clients, qui nous recommandent très largement à leurs pairs.

LES SERVICES AUPRÈS DES CLIENTS

L.D. Quels types de services apportez-vous à vos clients ?

A.B. Outre la formation et l'aide au déploiement, nous proposons à nos clients Grands Comptes des **Programmes d'Innovation Client : il s'agit de développer pour eux, dans un délai court, des spécificités produit qui répondent à leurs enjeux, en plus des fonctionnalités "standards" proposées par notre outil.** Cette démarche nous tient à cœur car elle nous permet de rester très proches des besoins terrain de nos clients.

Cette philosophie, couplée à notre solution robuste nous permet d'outrepasser nos concurrents dès que les mandats sont complexes et que le client cherche plus qu'un simple fournisseur... mais un vrai partenaire.

EN SYNTHÈSE

L.D. Quelle est votre vision sur l'avenir de ce marché en quelques mots ?

A.B. Nous souhaitons proposer à nos clients la solution la plus adaptée et agile qui soit pour couvrir les besoins spécifiques des entreprises avec des fonctions avancées. Le marché de la BI est dynamique tant en France qu'en Espagne où nous travaillons en direct et en Amérique du sud que nous touchons via un partenaire. Nous avons aussi quelques clients aux Etats-Unis.

AVIS DE L'ANALYSTE

Digdash a su au fil des années s'imposer comme acteur de BI français incontournable. **La 1^{ère} génération d'outils de Business intelligence** (Business Objects, Cognos) a permis d'organiser **l'accès aux données autour du data warehouse via le requêtage et le reporting**, la **2^{ème} génération** (Qlik, Tableau, Tibco Spotfire) a permis **la mise en place d'outils d'analyse et de découverte des données au niveau départemental**. Le Big data a permis à la **3^{ème} génération d'outils dits de data visualisation et de data story telling** de voir le jour. **La 4^{ème} génération** vient s'enrichir **d'intelligence artificielle** pour poser ses requêtes en langage naturel. Digdash couvre les fonctions des 4 générations en un seul et même outil avec un maître mot pour conduire sa stratégie produit : **l'agilité**. Il souhaite attaquer de nouveaux marchés (européen et américain) qui sont immenses, et ainsi gagner en notoriété et en références clients. Outre son offre pertinente au regard des besoins du marché, l'éditeur dispose de bonnes capacités en termes de marketing qui s'appuient sur des démonstrations du produit efficaces et des témoignages clients intéressants. Pour se déployer encore à l'international, il lui faudra très vite choisir entre des filiales locales ou des partenaires ou bien un mixte des deux comme c'est le cas pour l'instant. L'ergonomie de la solution est son principal point fort, en revanche le data story telling devra gagner en automatisation, de même l'interrogation en langage naturel devra à terme prendre en compte les changements de contexte.

Souhaitons bonne chance à cet acteur français qui a su trouver sa place sur le marché très convoité de la BI analytique et peut désormais se mesurer aux grands acteurs du domaine en mettant en avant son agilité et son ergonomie !

Antoine Buat

CEO digdash



Antoine BUAT est le PDG et cofondateur de DigDash, éditeur français d'une solution de tableaux de bord agile. Ingénieur EPITA, il est spécialiste de la data et de l'analytique. Avant de créer DigDash, Antoine a acquis une expérience dans le décisionnel et à l'international. Il était responsable d'une ligne de produits chez Business Objects aux États-Unis et en France. A ce poste, il a travaillé avec des équipes basées dans 5 pays différents (Angleterre, Canada, États-Unis, France et Inde)

De retour en France, il a créé DigDash (Digital Dashboard) avec 4 associés expérimentés et spécialistes de la BI. Antoine apporte sa vision technologique produit et sa compréhension du marché. DigDash est depuis devenu un des acteurs majeurs de la BI en France avec plus de 450 clients et une croissance exponentielle chaque année.

DIGDASH,

<https://www.digdash.com/fr/>



**Solution de
tableaux de bord analytiques**