

# D Guyomarc'h, Informatica : « La qualité des données : 30 % de nos résultats ! »

*A l'heure où Informatica rachète Siperian, on constate une hausse de 10 % du chiffre d'affaires et une marge nette de 13 % ! L'année 2010 a-t-elle été aussi bonne en Europe et en France ?*

La plupart des pays affichent des résultats de cet ordre. Sur l'Europe du Sud, les pays ibériques ont plus souffert, mais les bons résultats de la France ont permis de redresser les résultats de la zone.

Toutefois, l'Europe a plutôt bien résisté au premier semestre. Une période malgré tout difficile, qu'une vague venue des États-Unis a permis de remonter depuis la fin de l'été.

Informatica France est revenu à son rythme de 2008, soit la signature d'une nouvelle grande entreprise chaque mois.

***Pourtant, les choses ont évolué, même si la BI représente toujours 50 % de vos revenus?***

La BI [*business intelligence*] conserve un poids important dans le secteur, et représente toujours 50% de notre chiffre d'affaires. Bonne nouvelle, puisque c'est un domaine porteur et en croissance. D'ailleurs, nous avons continué à signer de grandes références : comme System-U ou Aviva, entre autres. Néanmoins, les modes d'utilisation de nos outils évoluent avec les tendances du moment, comme le "temps réel", ou –plus précisément- la demande des entreprises de rafraichir plusieurs fois par jour leurs données décisionnelles. Autre évolution : nous comptons de plus en plus de clients parmi les acteurs Internet. En 2008, nous avons signé avec vente-privee.com. En 2009 , le phénomène se poursuit avec l'acquisition de clients comme resavacances.com ou meetic.fr. Aujourd'hui, les entreprises en ligne souhaitent elles aussi comprendre les comportements de leurs clients, décider sur leurs produits, etc.

***Comment ces acquisitions vous positionnent-elles sur la qualité des données ? Et avec quels résultats ?***

En rachetant des soci



étés comme Similarity Systems (janvier 2006) ou Identity Systems (avril 2008) –entre autres-, nous avons concrétisé notre stratégie axée sur la qualité des données. Cette dernière nous permet de réaliser 30 % de notre chiffre d'affaires en 2009. Nous affichons ainsi une présence sur les trois segments de la qualité de données : migration, consolidation et synchronisation. Autant d'opérations pour lesquelles les entreprises nécessitent des solutions assurant la vérification et la complétude des informations pour obtenir un système d'information cohérent. Un achat comme ItemField fin 2006 nous a permis d'assurer cette qualité des données dans les flux B2B, au-delà du firewall. Des arguments qui ont séduit récemment (en BI comme en intégration) une grande banque internationale, la Française des jeux ou GFK Services.

***Vous venez de racheter votre partenaire Siperian (130 millions de dollars). Enfin une brique MDM dans votre plate-forme ?*** Non seulement Siperian était un partenaire, mais il revendait même une des solutions Informatica en OEM [NDLR : le logiciel Identity System]. Ce rachat complète notre stratégie de conception d'une plate-forme complète d'intégration de données d'entreprise.

Depuis l'ETL, nous avons élargi notre offre dans cette direction en ajoutant la haute disponibilité, les données non structurées, les formats industriels (XML, Swift, CGPI...), l'anonymisation... Bref, les deux-tiers du chemin vers le MDM, auquel nous apportons plus de valeur. Certains clients nous demandaient une gestion de référentiel, et nous avons des accords avec Orchestra Networks, Siperian, ou d'autres.

Le marché se concentre : IBM, Oracle ou Microsoft rachètent des spécialistes de la qualité de données et du MDM. Comment pouvez-vous lutter ?

Nos équipes travaillant depuis plusieurs années sur ces technologies ont d'ailleurs développé une expérience MDM. Cette acquisition permet à Informatica de proposer une offre globale. Et notre plate-forme reste une offre modulaire et ouverte, et respecte les standards. Pour lutter contre les silos dans les entreprises où chacun protège ses données, la mise en place d'un référentiel unique s'impose. Et Informatica arrive avec un discours basé sur la valeur qui permet de dénouer les conflits en amont, avec la qualité des données. Une approche et une connaissance au moins équivalentes à celles de nos concurrents.