

Teradata noue des liens très étroits avec Hyperion ?

Teradata prévoit-il d'acquérir ou de développer un ETL, qui viendrait compléter vos offres de datawarehouse côté alimentation des données ? Cela ne s'inscrit pas dans notre stratégie. En effet, nous préférons maintenir et même renforcer nos partenariats avec des spécialistes de l'ETL. D'ailleurs nos clients, et nous-mêmes, sommes satisfaits des liens établis principalement avec quatre acteurs majeurs de l'ETL, et non des moindres : Sunopsis, Informatica, Ascential [NLDR : IBM WebSphere DataStage] ou Ab Initio. De plus, cela permet aussi aux clients de choisir la solution qu'ils préfèrent. Pourtant, nombre de vos clients utilisent des technologies de traitements par lot (batch) pour alimenter ?à la main? les datawarehouse ? C'est vrai, et nous les encourageons vivement à implémenter un ETL et des solutions middleware, plutôt que du batch. Car dans cette situation, il est très difficile de gérer et d'harmoniser efficacement des métadonnées, pourtant essentielles à la Business Intelligence. Autre avantage, avec les solutions ETL et middleware, il est aujourd'hui possible de bâtir un référentiel de métadonnées en reverse engineering. Sur l'aspect analytique lié au datawarehouse, pensez-vous proposer votre propre solution, ou procéder à une acquisition ? Actuellement, nous privilégions surtout les fonctions d'analyse évoluées, permises par des solutions comme Hyperion, avec qui nous disposons d'un partenariat privilégié. Une demande très forte de nos utilisateurs nécessitant des réponses efficaces à leurs besoins de BPM (Business Process Management). Ce partenariat va bien au-delà du simple accord de marketing commun. En effet, nous partageons des compétences et du personnel, et nous définissons ensemble des modèles d'analyse communs. En revanche, une société comme Cognos, par exemple, propose aussi des solutions BPM, tout à fait utilisables avec un datawarehouse Teradata. Généralement, les achats technologiques que nous menons permettent d'enrichir les solutions métiers, comme Seechain pour l'e-commerce, en apportant des fonctions évoluées à Teradata Demand Chain Management et Teradata Supply Chain Intelligence afin de mieux gérer les réseaux. Par ailleurs, nos acquisitions aboutissent souvent après une période de partenariats forts amenant à une synergie des solutions. Ce fut le cas avec DecisionPoint Solution, qui entretenait des liens privilégiés avec Hyperion, et nous a également apporté son expertise et son savoir-faire sur Oracle et sur les ERP. Pourriez-vous vous intéresser à des acteurs comme Microstrategy ou Cognos ? Ces trois acteurs sont plutôt positionnés sur le reporting, et nous sommes plus intéressés par l'analyse en profondeur. Il ne faut pas non plus occulter le potentiel et la place de plus en plus importante de Microsoft sur le secteur. Certes, aujourd'hui Business Objects dispose encore d'une longueur d'avance sur MS Analytics, mais, pour combien de temps ? Nous travaillons bien sûr avec Microsoft, dans un certain sens. Tandis qu'avec Oracle et IBM? disons que les ennemis communs favorisent les alliances. Pour en revenir à Hyperion, cette société et sa technologie semblent répondre à vos critères d'acquisition : analyse en profondeur, partenariat étroit dans le temps ... C'est votre analyse ? [sourire]