



## Une initiative de qualité de données à l'échelle de l'entreprise pour répondre à la conformité réglementaire Bâle II, dans les délais.

### ENJEU

Permettre à l'une des principales sociétés de services financiers britanniques de se mettre en conformité avec les directives Bâle II et, ce faisant, de créer un environnement garantissant la qualité des données relatives aux clients.

### SOLUTION INFORMATICA

Informatica Data Quality

### ARCHITECTURE

#### Qualité de données : Informatica

- Sources : données de différents types de formats provenant des assureurs et autres partenaires externes ; données comportementales issues des applications Experian, utilisées pour cerner les comportements d'achat ; données clients par produit et historiques des crédits ; fichiers plats des systèmes de facturation et des comptes de cartes de crédit
- Cible : data warehouse Oracle
- Plate-forme : serveur IBM RS6000, diverses plates-formes

### BÉNÉFICES

- Conformité avec les directives de gestion de données de Bâle II finalisée un an avant la date limite du 1<sup>er</sup> janvier 2007
- Procédures claires garantissant les plus hauts niveaux de qualité de données et permettant aux équipes opérationnelles d'engager, en toute confiance, leurs opérations de développement vers leurs clients

“ Nous avons finalisé notre initiative de qualité de données pour Bâle II bien avant la date imposée, en renforçant la gestion des données au sein de notre organisation. Informatica nous a permis d'introduire une nouvelle approche de management de la qualité de données, nous a apporté une totale confiance dans l'exactitude de nos informations et a réduit le temps nécessaire à l'analyse de l'activité. ”

— Neil Hershaw, Information Management Officer, M&S Money

Acteur de premier plan des services financiers au Royaume-Uni, M&S Money est filiale à 100 % du groupe bancaire international HSBC. M&S Money et Marks & Spencer UK entretiennent un étroit partenariat, ont des profils de clientèle très similaires et collaborent dans le cadre de leurs activités clients. M&S Money, dont le siège se trouve à Chester, propose une large gamme de produits financiers incluant la carte de crédit “&More”, des solutions de change et de chèques en devises étrangères pour les voyages, et divers types de polices d'assurance.

Comme tous les fournisseurs de services financiers, M&S Money a dû adapter son environnement d'information pour être en conformité, avec les directives de l'accord Bâle II sur les fonds propres des banques, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2007. La société attendait de cette opération, divers bénéfices, à savoir : l'assurance de l'exactitude de ses données clients, la réduction du temps consacré à l'analyse de l'activité et une confiance accrue dans la qualité des données utilisées pour la business intelligence.

M&S Money a donc planifié et mis en œuvre un projet de qualité de données visant à garantir sa conformité avec les directives Bâle II – exigeant le suivi et le reporting des données concernant l'exposition de la banque aux risques de crédit, de marché et aux risques opérationnels – et à introduire de meilleures pratiques de gestion de données dans toute l'entreprise. La société devait satisfaire aux exigences de Bâle II afin de démontrer que ses pratiques de gestion du risque de crédit présentaient le niveau de cohérence internationalement reconnu et permettaient de ce fait, de mesurer de manière fiable l'adéquation entre son capital et ce risque.

Au-delà de l'obligation réglementaire, M&S Money souhaitait tirer plus largement profit de l'amélioration de la gestion et de la qualité de ses données. Son objectif central était d'éviter les frustrations potentielles des clients dues à des données inexactes, en permettant à l'entreprise de réaliser des analyses approfondies et, par conséquent, d'engager des actions commerciales avec une plus grande confiance. Pour reprendre les mots de la société, elle voulait être sûre que les clients n'aient pas de "mauvaise surprise" lorsqu'on leur proposait de nouveaux produits ou services. L'attitude de M&S Money vis-à-vis des clients de Marks & Spencer a toujours été de ne les approcher qu'en étant certain de la fiabilité des informations les concernant, et donc de leur intérêt probable. Du renforcement de la qualité des données découlerait une amélioration de l'analyse et, par conséquent, des pratiques commerciales.

## Le défi

Depuis sa création en 1985, M&S Money a connu une forte croissance et ses produits se sont taillés une solide réputation de qualité et de fiabilité. La conformité à Bâle II représentait un défi particulier pour la société dans la mesure où les changements à apporter à son environnement d'information devaient aussi lui permettre de créer une plate-forme commune pour optimiser le service et la gestion des clients.

“ Bâle II place la barre très haut en matière de gestion de données. Une des conditions sine qua non de la conformité est de pouvoir démontrer la cohérence et l'exactitude de quantités significatives de données historiques et détaillées. De même, en tant qu'entreprise, nous voulions avoir l'assurance de toujours pouvoir établir des mesures quantitatives sur nos données de façon à être absolument sûrs de leur exactitude. ”

— Neil Hershaw, Information Management Officer, M&S Money

Bâle II est une réglementation exigeante faisant appel à beaucoup d'expertise ainsi qu'à des fonctions avancées de gestion de données, afin de garantir la qualité et l'intégrité des données en continu. M&S Money devait pour cela mettre en œuvre un projet de qualité de données garantissant que ses données soient gérées conformément à un ensemble de spécifications, imposant des contrôles de qualité en différents points de l'architecture, tout en conservant un contrôle et une gestion centralisés de l'ensemble.

« Nous ne pouvons pas prendre le risque de contrarier ou décevoir un client à cause d'un problème de données » explique Neil Hershaw, Information Management Officer de M&S Money. « Pour nous, les délais imposés par Bâle II ont été à la fois un défi et une opportunité. Il s'agissait d'une part de délivrer des données de qualité pour une gestion optimale du risque et, d'autre part, d'améliorer nos données pour renforcer nos performances dans plusieurs domaines opérationnels ».

## La solution

M&S Money a choisi la plate-forme d'intégration de données Informatica PowerCenter comme pierre angulaire de son projet. La solution Informatica Data Quality a été spécifiquement sélectionnée pour garantir la qualité des données entrantes et sortantes du data warehouse Oracle de la société.

Compte tenu des délais imposés par Bâle II, M&S Money a défini dès mi-2004, les spécifications d'une initiative de qualité de données répondant aussi bien aux exigences de cette réglementation que de celles de la Financial Services Authority (FSA), et devant fournir une plate-forme renforçant la gestion de la qualité de données dans toute l'organisation. Informatica a été choisi pour les qualités techniques de PowerCenter, ses possibilités de personnalisation et sa capacité à intégrer une multitude de flux de données hétérogènes. De plus, l'équipe d'Informatica avait démontré de solides connaissances sur le niveau de qualité de

données exigé par Bâle II et apportait à M&S Money l'expérience acquise dans la gestion de projets similaires menés dans les plus grandes banques et institutions financières du Royaume-Uni.

« La priorité était évidemment de satisfaire aux critères de qualité de données de Bâle II, mais nous savions aussi que cette approche globale et renforcée de la gestion des données se traduirait par une confiance accrue dans les données utilisées dans le cadre des ventes, et qu'elle serait, par conséquent, un avantage concurrentiel sur notre marché » ajoute Neil Hershaw.

Le premier impératif opérationnel de M&S Money était de pouvoir savoir en permanence si ses données présentaient le niveau de qualité approprié et de pouvoir démontrer à tout moment qu'elles faisaient l'objet d'une gestion claire et transparente. Informatica Data Quality a été déployé en tant que plate-forme de gestion de la qualité de données en même temps que le data warehouse, de façon à s'assurer que les données chargées sont conformes aux niveaux de qualité requis, et de maintenir ainsi l'exactitude et la qualité globale des données de business intelligence. De même, la solution devait supporter les nouvelles procédures de gestion de données introduites dans le cadre de ce projet pour permettre à M&S Money de repérer et annuler immédiatement tout changement susceptible d'affecter la qualité des données. La société devait aussi prendre en compte le besoin de contrôler l'exactitude des données provenant de tiers tels que les compagnies d'assurance. Là encore, Informatica Data Quality a fourni le support nécessaire pour prendre en charge ces données disparates et a ainsi permis de regrouper dans un même environnement la gestion de la qualité de toutes les données.

La première étape du projet a été de définir des règles de qualité de données pour tous les fichiers et tables concernés, puis de coder ces règles et de les appliquer aux données. Les données résultantes ont ensuite été analysées pour créer le plan d'action du

“ Nous avons évalué plusieurs fournisseurs potentiels et nous avons choisi Informatica en raison de sa solide expérience de la conformité avec les directives de Bâle II et parce que sa solution répondait à l'ensemble de nos besoins. Informatica PowerCenter offrait à la fois une grande simplicité d'utilisation, un support pour notre environnement informatique existant et des possibilités de personnalisation pour répondre à certains besoins spécifiques. Nous voulions en outre nous assurer que toutes les données entrantes, d'origine interne ou externe, seraient conformes à nos critères de qualité. La plate-forme Informatica nous a donné la possibilité d'apporter cette assurance à l'entreprise et a permis à nos analystes de créer des règles sur la manière dont les données doivent être traitées, sans être obligés de se référer à un programme, ni modifier nos systèmes. ”

— Neil Hershaw, Information Management Officer, M&S Money

programme d'assurance qualité. Depuis la finalisation du projet, les niveaux de qualité de données font l'objet d'une évaluation approfondie chaque trimestre.

## Les résultats

Objectif principal de ce programme, la mise en conformité avec les stipulations de l'accord de Bâle II a été menée à bien, un an avant la date limite. Ce faisant, la société a établi un niveau de qualité de données garanti qui lui permet d'avoir toute confiance dans l'analyse de ses activités et dans son reporting financier. Bénéfice supplémentaire, la durée des cycles d'analyse a été réduite de 40 %, ce qui implique une compréhension et une validation plus rapides des informations, notamment grâce à la réduction du temps auparavant nécessaire, pour évaluer et contrôler l'exactitude des données.

L'équipe informatique de M&S Money a maintenant les moyens de fournir des mesures quantitatives sur les données utilisées au sein de l'entreprise, ce qui dépasse largement l'objectif initial du projet. Pour une société de services financiers, c'est une ressource extrêmement précieuse dans la mesure où elle



fiabilise la production des données utilisées pour le développement de l'activité.

Dès la mise en production d'Informatica Data Quality, il n'a fallu que quatre jours aux analystes de M&S Money pour développer 20 règles métiers relatives à Bâle II, mettre en place un tableau de bord sur la précision des données, créer des profils sur les tables d'historiques de comptes et développer d'autres règles métiers qui ont ensuite été intégrées dans le tableau de bord.

« Obligation contraignante à l'origine, Bâle II s'est transformé en opportunité. L'amélioration de la qualité de nos données et de notre capacité à mesurer cette qualité a eu un impact positif dans plusieurs domaines » souligne Neil Hershaw. « Les bénéfices sont évidents au niveau de l'analyse de l'activité, mais ils se font aussi sentir sur la manière dont nous évaluons les ventes et le marketing. Ainsi, nous sommes maintenant capables d'identifier de manière fiable, les actions qui ont déterminé chacune de nos ventes ».

« Notre mantra vis-à-vis des clients est de ne jamais les déstabiliser par de "mauvaises surprises". Nous nous sommes appliqués ce mantra et nous avons tout mis en œuvre pour ne pas avoir de mauvaises surprises avec Bâle II. La tâche n'était pas facile mais une planification détaillée et une exécution rigoureuse nous ont permis de minimiser l'ampleur du challenge. Aujourd'hui, nous sommes plus confiants que jamais dans notre capacité à tenir nos engagements vis-à-vis des clients et à fournir le haut niveau de qualité de données qu'exige le développement de nos activités », conclut Neil Hershaw.

## A propos d'Informatica

Informatica Corporation est un fournisseur majeur de solutions d'intégration de données d'entreprise. A l'aide des produits Informatica, les organisations de tous types peuvent accéder, intégrer, migrer et consolider les données générées et utilisées par l'ensemble de leurs systèmes, processus et collaborateurs pour réduire la complexité, garantir la cohérence et accroître la performance globale de leurs activités. Plus de 2 750 entreprises dans le monde s'appuient sur Informatica pour satisfaire leurs besoins d'intégration de données, de bout en bout.

Pour plus d'informations, consulter le site [www.informatica.com/fr](http://www.informatica.com/fr)

**INFORMATICA**<sup>®</sup>  
The Data Integration Company™

Informatica France : Immeuble Le Linéa, rue du Général Leclerc - 92047 Paris La Défense Cedex (France)  
Tél. : + 33 1 41 38 92 00 - Fax : + 33 1 41 38 92 01 - [www.informatica.com/fr](http://www.informatica.com/fr)

Siège international : 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063 (USA)  
Tél. : + 1 650 385 5000 Fax : + 1 650 385 5500 N° Vert USA : + 1 800 970 1179 [www.informatica.com](http://www.informatica.com)

Informatica dans le monde : Allemagne · Australie · Belgique · Canada · Etats-Unis · France · Japon · Pays-Bas · Royaume-Uni · Singapour · Suisse

© 2007 Informatica Corporation. Tous droits réservés. Imprimé en France. Informatica, le logo Informatica, le slogan « The Data Integration Company » et PowerCenter sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Informatica Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays. Les autres noms de sociétés ou de produits cités sont la propriété de leurs détenteurs respectifs et peuvent avoir fait l'objet d'un dépôt de marque.