

# ÉTUDE DE MARCHÉ MISE À JOUR

## Gestion des données de référence

### Introduction

Ce document présente un aperçu de l'état actuel du marché de la gestion des données de référence (MDM). Les données de référence correspondent aux données partagées par les systèmes informatiques : il peut s'agir de données relatives à un « client », un « produit », un « emplacement », une « ressource », un « contrat », etc. Les grandes entreprises disposent de plusieurs systèmes pour stocker ces informations et la gestion des définitions à la fois multiples et contradictoires de ces données s'appelle la gestion des données de référence.

### Principaux problèmes du marché

Le marché de la gestion des données de référence (MDM) s'est trouvé, au commencement, dépourvu de produits spécialisés soit dans les données clients soit dans les données produits. Plus tard, les fournisseurs « multidomains » sont apparus. Au lieu de s'attaquer aux catégories plus larges de données de référence telles que les ressources, les emplacements et les fournisseurs, et aux données de référence telles que les codes de devise, les codes de pays, les indices boursiers, etc., ils ont opté pour une approche neutre des domaines de données. Les géants du secteur ont soit conçu ou (généralement) acquis des offres de MDM, dans certains cas plusieurs fois. Oracle propose toujours plusieurs offres de MDM différentes qui, parfois, se recoupent. IBM a absorbé DWL et Trigo et, plus récemment, Initiate, dans le but de proposer une intégration entre ces technologies et des technologies complémentaires en matière de qualité des données et d'intégration de données. SAP a récemment changé de direction pour la troisième fois, en présentant son produit de gouvernance des données de référence (MDG) en remplacement de sa précédente offre de MDM, elle-même acquise auprès d'A2i. Informatica a conçu son offre essentielle de MDM autour de la technologie récupérée suite à l'acquisition de Siperian. De plus, elle a récemment absorbé Heiler, le spécialiste des données produits. Tous ces gros fournisseurs, ainsi que ceux qui ont acquis la technologie de MDM (Software AG, TIBCO, Teradata, Talend) mettent l'accent sur une approche de la gestion de données basée sur une plate-forme plus large. Orchestra Networks et Kalido sont des fournisseurs multidomains spécialisés tandis que d'autres, tels que Stibo, Agility Multichannel et Riversand, sont spécialisés dans la distribution multicanale et les données produits. D'autres encore se sont concentrés sur des secteurs spécifiques. Citons, par exemple, Verdantis pour les secteurs MRO (Maintenance, Repair & Operations, Maintenance, Réparation et Opérations) et la gestion d'actifs dont OnG et Energy, VisionWare pour l'administration locale, ou des nouveaux arrivants tels que Semarchy et Agility Multichannel.

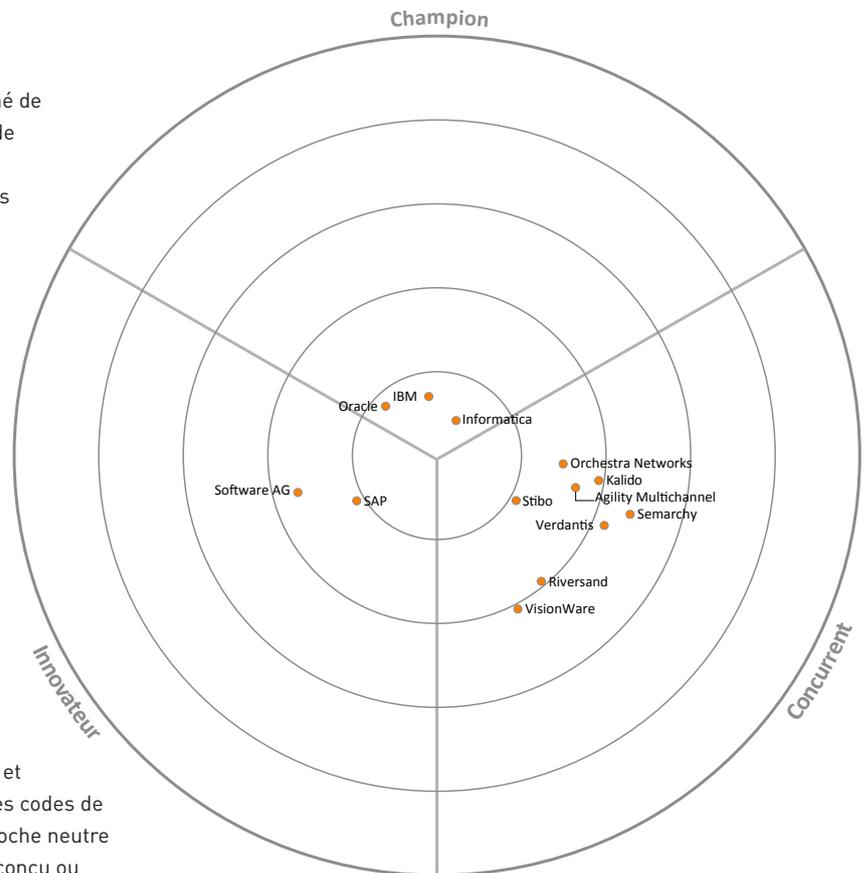


Figure 1 : les entreprises ayant obtenu les résultats les plus élevés se trouvent au centre du schéma. Les analystes ont ensuite déterminé un résultat de référence des entreprises leaders du secteur à partir de leurs résultats globaux. Toutes les entreprises dont les résultats sont supérieurs à cette référence se trouvent dans la catégorie « Champion ». Les entreprises restantes sont classées dans la catégorie « Innovator » si leurs résultats d'innovation sont supérieurs à 2,5 et dans la catégorie « Challenger » s'ils sont inférieurs à 2,5. La position exacte des entreprises dans chaque catégorie est calculée en fonction de leurs résultats globaux et de leurs résultats d'innovation.

Cette diversité des approches est la preuve que le secteur est en train de faire la transition entre les efforts du début et une ouverture grand public. Beaucoup de grandes entreprises vont maintenant au-delà de projets pilotes initiaux limités pour adopter une approche plus ambitieuse vis-à-vis de la gestion des données de référence, en élargissant la portée géographique et le nombre de domaines de données concernés. Cette dernière tendance a eu pour conséquence que tout fournisseur peut maintenant affirmer qu'il est spécialisé dans un seul domaine même s'il a fortement hérité soit de données clients soit de données produits. Certaines sociétés mondiales démarrent en utilisant la technologie de MDM pour s'attaquer aux données de référence, un type de données moins volatiles que les données clients ou produits, avec l'intention d'élargir leurs compétences à d'autres domaines ultérieurement. La complexité de la gestion des projets à plus grande échelle a vu l'émergence d'un regain d'intérêt pour la gouvernance de données comme processus complémentaire

des projets de MDM. Beaucoup de fournisseurs de MDM offrent un type de prise en charge minimum dans ce domaine, soit via la capacité de workflow soit par le biais de tableaux de bord ou modules « gestionnaires de données » dédiés. Les fournisseurs continuent d'offrir majoritairement des logiciels sur site, même si certains proposent dorénavant aussi quelques offres dans le cloud, et l'on observe l'émergence de start-ups qui proposent uniquement des technologies de MDM dans le cloud. Ce changement graduel vers les déploiements basés sur le cloud va certainement s'intensifier puisqu'ils offrent des bénéfices économiques réels aux utilisateurs finaux, même si leur effet sur les finances des fournisseurs est peu évident en raison des tarifs par abonnement généralement associés au cloud.

## Le marché de la gestion des données de référence

Le marché du MDM vient de fêter ses 10 ans et, malgré d'intenses fusions et acquisitions, il continue d'accueillir de nouveaux entrants et de bénéficier d'une croissance forte si on le compare aux autres segments de logiciels d'entreprise. Les bases les plus larges déployées sont chez Oracle et IBM mais Informatica gagne rapidement des parts de marché. En général, les grands fournisseurs positionnent le MDM dans un message marketing de « plate-forme », en mettant l'accent sur la qualité des données et les outils d'intégration de données qu'ils proposent en complément des logiciels de gestion des données de référence. Les fournisseurs indépendants commercialisent les meilleures fonctionnalités, en laissant au client le choix des technologies de qualité des données et d'intégration de données complémentaires. Ce schéma offre un aperçu sur l'état actuel du marché du MDM.

Outre les fournisseurs mentionnés dans ce schéma, il est à noter que beaucoup d'autres fournisseurs existent, comme ceux qui sont spécialisés dans les données de référence dans un secteur donné. Même si dix années se sont écoulées depuis les premières technologies de MDM, de nouveaux entrants continuent d'émerger : au cours des deux dernières années, plusieurs fournisseurs et produits de MDM ont pénétré le marché.

## Résumé

Le marché du MDM continue son développement, une décennie après son émergence. Les grands éditeurs de logiciels ont pénétré le marché en acquérant des start-ups et ont intégré ces acquisitions à leurs propres technologies, avec plus ou moins de succès. Certains fournisseurs insistent lourdement sur les avantages de leurs plates-formes technologiques globales, dont le MDM fait partie. Toutefois, les fournisseurs indépendants continuent de prospérer, en vendant soit des technologies performantes ou faciles à utiliser, soit en se spécialisant dans un domaine de données précis (beaucoup de fournisseurs se concentrent sur les données produits, qui réunissent plusieurs problèmes spécifiques) ou dans un secteur donné. Le marché continue de croître à un bon rythme et attire de nouveaux arrivants, à la fois sous la forme de start-ups ou autres dans des espaces adjacents soit en concevant leurs propres technologies soit via des acquisitions. Tandis que le marché du MDM devient mature, il se développe à un bon rythme.

### Remarque

Le positionnement/la notation des fournisseurs est basé(e) sur l'évaluation de leur rang dans les domaines suivants : viabilité financière, base de données clients, chiffre d'affaires, croissance, amplitude et étendue technologiques, couverture géographique et qualité du réseau de partenaires, selon la méthode Bloor Bullseye. Il est important de comprendre que le résultat global d'un fournisseur représente la moyenne pondérée de ces facteurs et résume sa situation générale : elle peut ne pas refléter les besoins particuliers de vos projets. Certains produits sont davantage aptes à traiter avec le « client » qu'avec le « produit », ou inversement. Certains sont performants en matière de workflow de gouvernance de données, d'autres le sont moins. Nous vous conseillons de faire appel à un analyste Bloor pour évoquer les besoins spécifiques à vos projets et obtenir une liste de fournisseurs proposant des solutions correspondant à vos besoins.

*Andy Hayler  
Associate Analyst  
Gestion des données de référence  
Septembre 2014*