

DataFlux annonce une croissance de 30 % sur son chiffre d'affaires en 2009

Une croissance stimulée par les investissements dans le domaine du "data management" par les entreprises, qui considèrent leurs données comme un actif stratégique

Lyon, France — [DataFlux](#), leader des solutions de mise en qualité et d'intégration des données et de master data management (MDM), a annoncé aujourd'hui une croissance de 30 pour cent de son chiffre d'affaires en 2009. Bénéficiant d'un climat qui encourage les entreprises à améliorer leur efficacité, DataFlux a travaillé avec ses clients afin de les aider à optimiser leurs données en regard de leurs besoins métier.

Les entreprises se sont retrouvées confrontées à trois grands défis en 2009 et ce, quel que soit leur secteur d'activité : gestion du risque, maîtrise des coûts et optimisation métier. La mise en place de stratégies dédiées à l'amélioration des processus métier les a conduit naturellement à se doter de solutions de "data management". DataFlux a travaillé conjointement avec ses clients pour rendre leurs données critiques pertinentes, exploitables et gouvernées transversalement dans l'entreprise. Le nombre de clients de DataFlux continue de croître dans des secteurs aussi variés que les biens de consommation, la santé, les services financiers, l'industrie, les produits pharmaceutiques, l'énergie et les technologies.

« Si nous avons élargi notre portefeuille de solutions au cours de cette dernière décennie, le rôle critique de la qualité des données a toujours constitué le fondement même de notre technologie », déclare Tony Fisher, président-directeur général de DataFlux. « L'une des tendances encourageantes que nous avons pu constater en 2009 a été le renforcement de la collaboration entre les communautés métier et informatiques. DataFlux a toujours attaché une grande importance à ce type de collaboration, et cela se reflète dans notre technologie. Nous allons continuer, en cette nouvelle année 2010, à proposer un ensemble unifié et intégré de technologies et services de gestion des données, s'appuyant toujours sur notre expertise en matière de qualité des données. L'intégralité de notre offre s'appuie sur un développement interne, et non sur l'intégration de technologies hétérogènes tierces ou acquises par rachat: ceci nous permet de proposer à nos clients une plateforme capable de gérer en toute transparence l'ensemble des opérations d'intégration des données, de gestion de la qualité des données, et de MDM. »

Quelques faits marquants de l'année 2009 :

- Répondant à la demande accrue en matière de solutions de gestion de la qualité des données produit, DataFlux a commercialisé plusieurs nouvelles offres technologiques :
 - L'Accélérateur DataFlux for Spend Analysis, qui permet à ses utilisateurs d'identifier les problèmes d'approvisionnement au travers de données fournisseur optimisées et exploitables.

- L'Accélérateur DataFlux *for Materials Data Improvement*, qui permet d'organiser et d'analyser des données descriptives complexes et non standardisées.

- DataFlux a également mis sur le marché des produits complémentaires qui permettent aux entreprises de gérer des distribuées plus efficacement :
 - DataFlux *Federation Server* aide les entreprises à fédérer les données,

 - DataFlux *Connect for SAP Solutions* aide les clients à optimiser leurs investissements réalisés dans l'ERP SAP grâce à des services de mise en qualité des données en temps réel

- Prix et récompenses octroyés par la profession
 - DataFlux est classé dans la catégorie « Leaders » par Gartner, Inc. dans son rapport Magic Quadrant 2009 sur les outils de qualité des données.

 - DataFlux, ainsi que sa société mère SAS, sont classés dans la catégorie « Visionnaires » par Gartner, Inc. dans son rapport Magic Quadrant 2009 sur les outils de qualité des données.

 - CRM a élu DataFlux leader du secteur de la gestion de la qualité des données (*Data Quality Market Winner*) pour la cinquième année consécutive.

 - DataFlux qMDM, la plateforme de master data management (MDM) basée sur la gestion de la qualité et l'intégration des données produit et client, a obtenu la médaille d'argent lors de la remise des prix du produit de l'année organisée par SearchDataManagement (catégorie MDM).

 - Le prestigieux Prix de l'innovation financière a été remis à DataFlux et Barclays pour le programme de gouvernance des données bancaires "*banque de détail*" mis en œuvre par la banque britannique. Grâce à ce programme, Barclays est aujourd'hui en mesure de présenter un processus clair, auditable et transparent aux instances de régulation. La banque a fait appel aux services de DataFlux pour optimiser ses activités de surveillance et de contrôle sur les données utilisées dans le cadre du reporting, renforcer la qualité des données et mettre en place un processus d'amélioration continue de la cette dernière.



- *The Data Asset: How Smart Companies Govern Their Data for Business Success* (Wiley, 2009), le premier livre de Tony Fisher vient de paraître. Cet ouvrage explore la façon dont les entreprises

leader envisagent et traitent aujourd'hui leurs données, de la production à la consommation des informations.

Pour plus de renseignements, concernant DataFlux et ses solutions, veuillez visiter notre site à l'adresse <http://www.dataflux.com>.

A propos de DataFlux

DataFlux permet aux entreprises d'analyser, améliorer et piloter leurs données à partir d'une plateforme technologique intégrée. Grâce aux solutions de mise en qualité et d'intégration des données DataFlux, les entreprises parviennent plus efficacement à une vision unifiée des données relatives à leurs clients, leurs produits, leurs fournisseurs ou tout autre domaine stratégique. Filiale à cent pour cent du groupe SAS (www.sas.com), DataFlux aide ses clients à évaluer et améliorer rapidement leurs données, et à poser les fondations qui garantiront le succès de leurs initiatives de gouvernance des données, de mise en conformité et de master data management (MDM). Pour en savoir plus à propos de DataFlux, visitez www.dataflux.com.

A propos du Magic Quadrant

Magic Quadrant est couvert une marque de Gartner Inc., protégée sous copyright 2009. Le Magic Quadrant est une représentation graphique d'un marché spécifique sur une période donnée. Il détaille l'analyse de Gartner concernant certains éditeurs, sur la base de critères établis par Gartner pour le marché concerné. Gartner ne soutient aucun des fournisseurs, produits ou services décrits dans le Magic Quadrant, et n'encourage pas nécessairement les utilisateurs à ne sélectionner que les fournisseurs répertoriés dans le quadrant «Leader». Le Magic Quadrant est exclusivement conçu comme un outil de recherche, et non comme un ensemble de recommandations spécifiques concernant l'action à entreprendre. Gartner décline toute garantie, explicite ou implicite, à l'égard de cette recherche, cela incluant les garanties de qualité marchande ou d'adéquation à un usage particulier.