



L'optimisation de la consommation des données de marché : un enjeu de taille pour les sociétés de gestion

janvier 2024

Une hausse massive de la consommation des données de marché

L'avalanche réglementaire qui s'est abattue sur les acteurs financiers cette dernière décennie a contraint les sociétés de gestion à consommer davantage de données de marché pour satisfaire à des normes toujours plus exigeantes et répondre à des obligations de reportings de plus en plus nombreuses auprès des régulateurs. En effet, la consommation des données de marché (financières et extra-financières) par les acteurs du secteur financier est en constante augmentation.

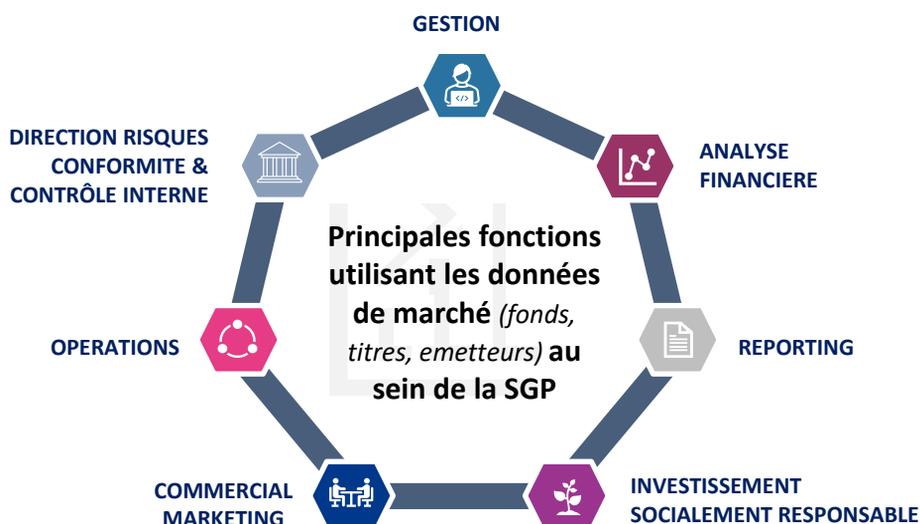
Bien que principalement imputable à l'accroissement des obligations réglementaires (AIFM, UCITS, PRIIPS,...) notamment pour le besoin de transparence des actifs, la complexification accrue des instruments financiers (produits structurés, CDS, ABS...) impose de faire appel à davantage d'informations (actifs sous-jacents : indices, actions, obligations, options...) portant le volume de consommation au plus haut.

Les sociétés de gestion doivent repenser leur gouvernance de la donnée, leurs processus de traitement et modes de distribution, cibler leurs besoins et ajuster leurs outils d'accès aux données de marché afin de répondre à cette consommation grandissante.



Utilisation des données de marché

Les données de marché représentent « le combustible au cœur du réacteur » de toute société de gestion. Les données sont utilisées dans toutes les lignes métiers : du « pré-trade » ainsi que dans l'ensemble du cycle de gestion.



Une stratégie de gestion et de consommation de la donnée optimale permet de :

- Réduire les coûts alloués aux données de marché
- Rationnaliser les canaux d'accès et le nombre de fournisseurs de données
- Améliorer les outils d'aide à la décision d'investissement
- Optimiser la qualité des contrôles et des reportings
- Respecter les droits d'usage consentis par les fournisseurs

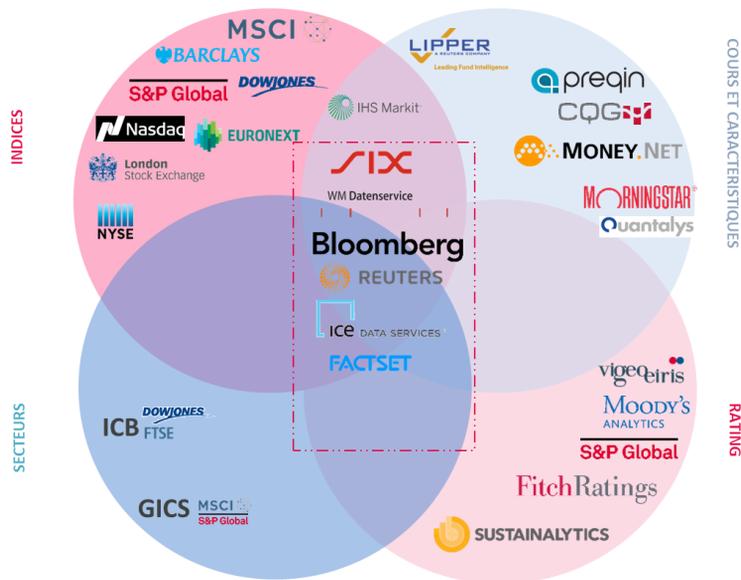
Les fournisseurs de données, l'or noir du XXIème siècle

Les fournisseurs jouent le rôle d'acquéreur, de centralisateur et de diffuseur de données financières et extra-financières. Les sociétés de gestion sont contraintes de s'approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs de données au regard de la diversité des données consommées, de la couverture spécifique de chaque fournisseur de données et de la granularité d'information imposée par le régulateur pour la production des reportings réglementaires.

Panorama du marché des fournisseurs de données

Le marché des fournisseurs de données se caractérise par la concentration de ses acteurs. On distingue :

- Les acteurs historiques et généralistes, telles que les sociétés Bloomberg, Reuters, Factset, etc... se démarquent par leur taille et leur capacité à collecter, distribuer et contrôler l'usage des données. Ce marché oligopolistique induit un rapport de force vis-à-vis des souscripteurs et réduit donc les marges de négociation des sociétés de gestion.
- Les acteurs spécialistes d'indice et de rating dont le marché s'articule autour de quelques acteurs principaux (S&P, Moody's, Fitch, FTSE, MSCI) qui détiennent la quasi-majorité du marché.
- D'autres acteurs sont présents sur des marchés dits de niche, tels que les données thématiques ESG ou les spécialistes des marchés alternatifs (actifs non cotés).



Les modèles de facturation et modalités de distribution qui régissent les contrats sont spécifiques à chaque fournisseur et connaissent une constante évolution. Les sociétés de gestion subissent également l'augmentation continue voire exponentielle des coûts des fournisseurs.

Au regard de la structure du marché des fournisseurs de données, il est donc impératif d'avoir une vision actualisée des modes d'usages et de facturation afin d'optimiser la consommation et maîtriser les coûts.

Les défis imposés par la hausse de la consommation de la donnée

Les sociétés de gestion sont confrontées à des défis complexes relatifs au requêtage, à la consommation, l'utilisation et la diffusion des données de marché ayant un impact direct sur leur rentabilité.

Les exigences métiers liées aux usages, les réglementations et les nouvelles technologies d'exploitation des données se traduisent par des besoins toujours croissants en données

USAGES

Le manque de qualité est un risque et un coût qui implique de définir le juste niveau de qualité afin de ne pas sur-consommer

QUALITE

La volumétrie et le besoin de fraîcheur des données exigent des processus efficaces pour garantir une mise à disposition dans les meilleurs délais

EFFICIENCE

Les données financières sont au cœur du SI et imposent traçabilité, robustesse et historisation

SECURITE



Terminaux et fonctionnalités

Requêtage massif de données



COÛTS

Les restrictions d'usage, l'augmentation des tarifs et les contraintes budgétaires nécessitent une maîtrise des coûts

ACCESSIBILITE

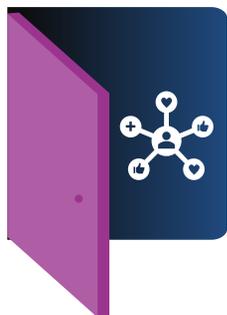
Une donnée centralisée, mutualisée et accessible permet de garantir la cohérence des données et d'éviter la redondance

3 leviers d'optimisation de la consommation des données

Afin de répondre aux enjeux identifiés, il est nécessaire de calibrer le **juste niveau du besoin en données de marché**, de veiller à la **qualité de la donnée** utilisée tout en **maitrisant les coûts** et in fine de **pérenniser le modèle interne** des sociétés de gestion en **adéquation avec les usages**.



Nos préconisations



1 - Maitrise des besoins

Le recueil des usages permet d'établir la cartographie des données cible. Sur la base du périmètre de données défini, l'obtention d'une vue d'ensemble sur le besoin des données de marché (données statiques ou dynamiques) permet d'évaluer le volume de consommation nécessaire.

La définition de la cartographie cible repose sur plusieurs critères dont **la fréquence**, **la qualité de la donnée**, **le mode de requêtage**, **la fraîcheur de la donnée**, **son utilisation** et ses fournisseurs (**mono ou multi-fournisseurs**). L'ensemble de ces informations permettent de définir l'utilisation des données au sein des différentes équipes et de déterminer le besoin cible.



2 - Maitrise de la consommation

La **transversalité** de certaines données financières et extra financières collectées peut être mutualisée au sein des équipes. Une surveillance accrue des différents services permet **d'éviter une multiplicité d'abonnements**, de **fonctionnalités** et de consommation de **la donnée redondants et/ou non utilisés**.

Également, la **mutualisation des données** de marché et des **contrats** permettront d'optimiser **les services** exploitant ces données et donc d'en maitriser la consommation.



3 - Maitrise des coûts

La **consolidation** des fournisseurs de données de marché permet aux gestionnaires d'actifs une meilleure **maitrise des coûts** mais aussi de garantir une **alimentation de données fiables, précises et complètes**.

Afin d'obtenir **une offre en adéquation avec les besoins réels**, il convient de :

- **Analyser** les offres détenues (incluant les modes de facturation)
- **Comparer** les données requêtées vs données consommées vs facturées (définition cartographie cible)
- **Maitriser** la durée d'engagement auprès des fournisseurs et contraintes contractuelles
- **Mettre en concurrence** les fournisseurs de données (formalisation RFI / RFP, demandes de POC)

Document réalisé par



Betty BIENNESCA, Associée

Mail : betty.biennesca@beamsagalink.com



Selma STITOU, Consultante Senior Confirmée

Mail : selma.stitou@beamsagalink.com



Laura SALLATO, Consultante

Mail : laura.sallato@beamsagalink.com



Qui sommes-nous ?

L'alliance d'expertises fortes et complémentaires, le partage de valeurs humaines : BEAM & SAGALINK se compose d'une équipe de 60 consultants spécialisés dans les métiers de la Gestion d'actifs, de la Banque privée, des Services aux Investisseurs et des Marchés de Capitaux, ainsi que dans les fonctions Finance, Risques et Conformité. Notre savoir-faire alliant expertise métier et conseil nous permet de cerner au mieux les enjeux de nos clients sur l'ensemble de leur chaîne de valeur et d'identifier pour eux les leviers de croissance les plus performants, faisant ainsi le lien entre leurs métiers et leurs projets.

Par la force de ses convictions, BEAM & SAGALINK a su gagner la confiance de ses clients ; parmi eux, des grands groupes bancaires et des acteurs indépendants de tailles variées.

Contact

BEAM & SAGALINK

55 rue de Rivoli – 75001 Paris

+33 1 49 96 54 43

www.beamsagalink.com