



Le marché de l'information électronique professionnelle en France

SerdaLAB, laboratoire du groupe Serda

Présentation du 27 janvier 2009 à la CCIP

Louise GUERRE, Directrice des études

Virginie BOILLET, Responsable des études

Anne BOUGET, chargée d'études

serda est membre des réseaux

azalys
réseauinternational



24, rue de Milan
75009 Paris, France
Tél. : + 33 (0) 1 44 53 45 00
fax. : + 33 (0) 1 44 53 45 01

Page
1
—
28

www.serda.com
www.archimag.com



www.azalys.com

métier d'éditeur

métier de conseil

études et veille

métier de formateur



veille et édition

Serda est éditeur du magazine archimag, d'une collection de guides pratiques et d'un annuaire annuel

+ de 30 000 lecteurs/an



la maîtrise d'un projet par étapes

Dématérialisation et Ged, knowledge et records management, archivage électronique et physique...

Assistance à maîtrise d'ouvrage > accompagnement au changement > diagnostic et étude stratégique > conseil > cartographie des connaissances > référentiel documentaire > cahier des charges > plan de communication



laboratoire de recherche et développement

Etudes de Marché, Colloques Mémoire et Savoir en partenariat avec l'Université La Sorbonne Paris IV



cycles de formations dans notre centre de formation sur mesure dans vos locaux ou encore à distance

Apporter les méthodes efficaces de recherche, de gestion et de diffusion de l'information.

En partenariat avec l'université d'Angers

**Diplôme de 2ème cycle
Certificat gestion de projet GED**

Présentation de SerdaLAB

SerdaLAB, le laboratoire du Groupe Serda veille, étudie et approfondit les enjeux autour de la Mémoire et du Savoir dans les organisations publiques et privées. Il regroupe trois activités :

- **Les études SerdaLAB** : Source d'informations pour les décideurs du marché ainsi que pour les utilisateurs des technologies de l'information, nos études vous aident à mettre en place votre stratégie pour les années à venir, à établir votre budget prévisionnel et tout simplement à vous éclairer et à vous positionner sur votre environnement de marché. **SerdaLAB réalise des études multiclients et des études sur mesure à la demande du client.**
- **L'Organisation de colloques** : Dans une démarche d'ouverture autour de la Mémoire et du Savoir, SerdaLab s'est rapproché du monde universitaire et de la recherche grâce à un partenariat avec Paris IV-La Sorbonne. Est né alors le " Colloque Mémoire & Savoir", permettant à des experts de différentes disciplines de nous apporter leurs connaissances et d'échanger avec eux en direct.
- **R&D : L'organisation du concours "Meilleurs Mémoires et Thèses d'étudiants dans le domaine de la mémoire et du savoir"** nous permet également d'être au plus près des sujets de recherche innovants, sous le parrainage de l'Agence Universitaire de la Francophonie et du TGE Adonis (CNRS).

L'étude du marché de l'information électronique professionnelle

Réalisée en collaboration avec le GFII

Plan de la présentation

- **Périmètre et méthodologie**
- **Les enjeux du marché de l'IEP**
- **Les chiffres du marché de l'IEP en France**
- **Analyse par segment d'information**
- **L'achat d'information, notamment en période de crise**
- **Les tendances du marché**

Périmètre et méthodologie de l'étude IEP

- **Définition de l'IEP** : Information à finalité professionnelle au format numérique off line (CD-Rom, DVD-Rom...) ou on line (BDD en ligne, revues électroniques, transfert de fichiers, PDF, web services...)
- **Périmètre de l'étude** : **150 acteurs, publics et privés**, producteurs de bases de données, instituts de recherche, éditeurs, sociétés de presse en ligne, agrégateurs de contenus, agences d'abonnement, serveurs, agences de presse, éditeurs de moteurs de recherche et de logiciels de veille et d'analyse de données, agences photo et entreprises de traitement de l'information (numérisation, valorisation...), répartis en **12 segments d'information**.
- **Méthodologie pour la quantification du marché** : les CA concernant uniquement l'information professionnelle au format numérique de tous les acteurs sont agrégés.

Les CA sont récoltées grâce à la communication par les acteurs, sur infogreffe.fr, les rapports d'activité, les communiqués de presse, les articles de presse...

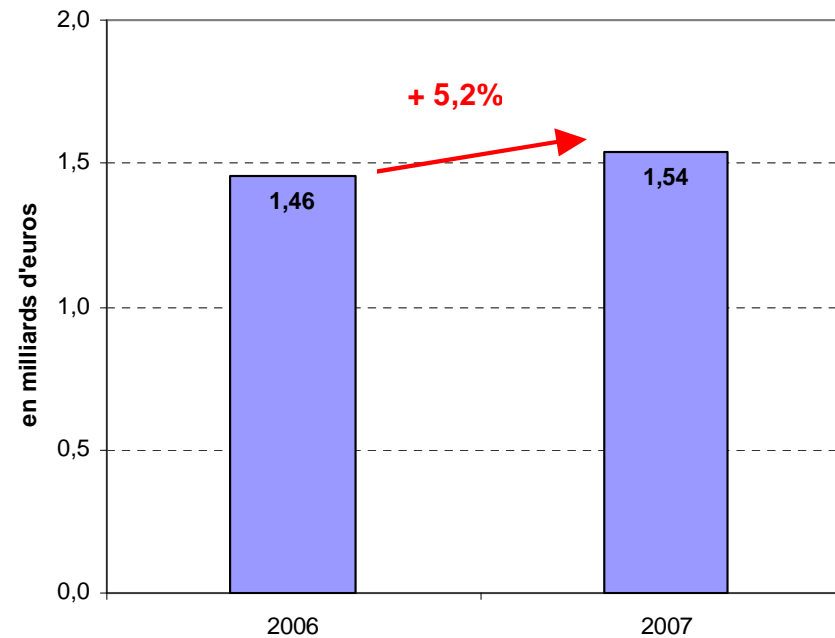
Les enjeux du marché : Menaces et Opportunités

Les enjeux du marché

Menaces	Opportunités
<ul style="list-style-type: none"> - Crise économique en 2009 (budgets en stagnation ou en baisse pour 69% des sondés) - Croissance ralentie de l'économie du numérique - Fin du programme européen eContentplus - Nouveaux concurrents : les opérateurs de téléphonie mobile deviennent fournisseurs de contenus sur mobile et s'intéressent aux e-books - Open access pour les acteurs de l'ISTM - Baisse des budgets publicitaires (moins sur le net) - Culture de la gratuité 	<ul style="list-style-type: none"> - Crise économique en 2009 : opportunité pour les fournisseurs d'informations économiques et de solvabilité - Plan numérique 2012 d'Eric Besson - Proposition de baisse du taux de TVA sur les produits électroniques (Livre vert des États généraux de la presse écrite) - Développement des bibliothèques numériques - Développement des réseaux sociaux et de l'entreprise 2.0 (source d'information, de mise en relation et de prospection) - Micro-blogging en hausse dans les milieux professionnels - Mobilité croissante (Croissance des smartphones, des contenus et de l'Internet sur mobile, succès des ultraportables) - Émergence du concept d'information durable et d'écologie informationnelle

Les chiffres du marché français de l'Information électronique professionnelle

Le marché français de l'IEP en 2007



Croissance française ralentie en 2007 (après 8,4% en 2006).

Taux de croissance un peu supérieure à la moyenne mondiale de 4,5% prévue sur 2008-2011 par le Cabinet Outsell

Le marché français de l'IEP en 2007 par segment

Segment	CA 2007 (arrondi, en millions d'euros)	Croissance en 2007	Part du segment/Total du marché
Information financière	300	+4,4%	19%
Information presse	252	+8,7%	16%
Information juridique	251	+17%	16%
Information de solvabilité	159	+3,6%	10%
ISTM	143	+11,5%	9%
Information multisectorielle	117	+1,85%	8%
Traitement des contenus	84	+0,5%	5%
Images	58	-37%	4%
Information marketing	55	- 0,2%	4%
Information économique	52	+9,8%	3%
Moteurs de recherche/Veille	42	+47,7%	3%
Information brevets	23	NSP	1%

Segments par ordre décroissant de CA

En rouge : segments dont le taux de croissance est négatif

En vert : segments dont le taux de croissance est supérieur à la moyenne du marché

Le segment information financière

- Ce segment de marché comprend toute l'information liée à la sphère financière : suivi des marchés boursiers, marché « actions », marchés de change, marchés obligataires, marché des terminaux traitant des flux d'informations financières en « temps réel »...
- **10 Acteurs** : Thomson Reuters (fusion en avril 2008, 50% du marché), Bloomberg, Six Telekurs (ex-Fininfo), Groupe Finintel-Agefi...
- **1^{er} segment du marché de l'IEP** : 300 millions € en 2007
- **99% électronique**
- **Croissance + 4,4%**
- **De nombreuses menaces au niveau international pour le secteur en 2008-2009** : restructuration du paysage bancaire, disparition de 3/5 des banques d'investissement américaines, entrée de l'Etat au capital de certaines banques, rationalisation des coûts

Le segment information presse

- Ce segment regroupe :
 - **Les agences de presse** : AFP, Reuters, Associated Press
 - Les **agrégateurs de presse** qui référencent et diffusent de l'information presse : Dow Jones-Factiva, EDD, Cedrom-SNI, Lexis Nexis
 - Les sociétés effectuant de la **veille médias** : L'Argus de la presse, Press Index, TNS media Intelligence
 - Des **groupes de presse professionnelle** : groupe Test, ETAI...
- CA : 252 millions d'euros
- + 8,7%
- Croissance soutenue par les agrégateurs de presse
- Menace : arrivée d'agences de presse low cost

Le segment information juridique

- Le segment de l'information juridique concerne tous les éditeurs juridiques, entreprises privées comme organismes publics, qui fournissent de l'information sur le droit, la jurisprudence et la fiscalité.
- **Concentration autour de 3 éditeurs** : Wolters Kluwer, Lexis Nexis (Juris Classeur) et le Groupe Lefebvre Sarrut
- **Autres acteurs** : Direction des Journaux officiels (DJO), groupe Revue fiduciaire, Lexbase...
- **251 millions € en 2007**
- **Croissance forte** : + 17%,
- Tirée par les services en ligne à forte valeur ajoutée

Le segment information solvabilité

- L'information de solvabilité correspond à l'information sur la comptabilité (bilans et comptes d'exploitation) des entreprises permettant d'évaluer leur solvabilité (calcul de ratios).
- 159 millions € en 2007
- Croissance + 3,6%
- **70% du marché est détenu par Coface services** (filiale du groupe Coface) **et Altares** (ex Bil/Dun & Bradstreet)
- Pouey international : autre acteur important du secteur
- **Nouveaux entrants** : Creditsafe (low cost) et Scores & Decisions
- **Opportunité** : crise
- **Menace** : Guerre des prix en 2008-2009

Le segment ISTM

- Le segment ISTM comprend les acteurs intervenant dans la production et la diffusion de l'information scientifique, technique et médicale. Dans ce segment figure également l'offre en sciences humaines et sociales (SHS).
- Une **vingtaine d'acteurs** :
 - Producteurs et diffuseurs publics de données d'observation : IGN, BRGM, Météo France
 - Éditeurs de revues et livres : EDP Sciences, Elsevier Masson, Springer Verlag
 - Les producteurs de BDD : Thomson Reuters, Wolters Kluwer Health
 - Les acteurs de l'information technique et normative : Afnor, IHS
 - Les acteurs des sciences humaines et sociales : Cairn
- **CA : 143 millions €**
- **Croissance de 11,5%**
- Caractérisé par la **montée de l'open access**, BioMed Central racheté par Springer en 2008

Le segment information multisectorielle

- Le segment « information multisectorielle » regroupe des acteurs dont l'offre d'information est le plus souvent packagée et ne fournit pas un type particulier d'information.
- Acteurs :
 - Les **agences d'abonnement** : Ebsco Information services, Swets Information services, Lavoisier abonnements...
 - Les **serveurs de bases de données** : ProQuest
 - Autres acteurs : Bureau Van Dijk éditions électroniques, Electre
- **117 millions € en 2007**
- **Croissance faible : + 1,8%**

Le segment information économique

- **15 acteurs** segmentés en trois :
 - **Les sociétés fournissant des données sur les entreprises** : Infogreffe, societe.com, bilans service, Manageo, Kompass...
 - **Les organismes publics et parapublics fournissant des données économiques** : Insee, Ubifrance, CCIP, OCDE
 - **Des instituts d'études réalisant des études sectorielles en multiclientèle** : Xerfi, Eurostaf, Dafsa
- **52 millions € en 2007**
- Belle progression à **9,8%**, soutenue notamment par les instituts d'études économiques

Le segment moteurs de recherche/veille

- Ce segment regroupe :
 - les éditeurs de moteurs de recherche d'entreprise : Exalead, Google, Fast, Autonomy, Sinequa, Lingway, Polyspot...
 - Les éditeurs de solutions de veille et de text mining : Digimind, Ami-software, Temis, Knowings, Qwam Content Intelligence, Mondeca, KB Intelligence, Iscope, Ixxo, Intellixir...
- **42 millions € en 2007**
- **Plus forte progression du marché de l'IEP : + 48% en 2007**
- Segment **caractérisé par la présence de nombreuses PME** (CA moyen du segment : 2 millions d'€)
- En cours de structuration

Le segment information brevets

- Ce segment regroupe des sociétés qui fournissent des bases de données brevets ou qui diffusent de l'information sur les dépôts de brevets d'invention, de marques, de dessins et de modèles.
- Estimation 2006 et 2007 : 23 millions d'euros
- **5 acteurs** : INPI, Questel, Thomson Scientific, Capadoc, Lexis Nexis
- Adoption en 2007 par l'**INPI** d'une **politique de diffusion gratuite** de l'information brevets sur fr.espacenet.com
- **Lancement de nouvelles offres** : *LexisNexis Total Patent*, par Lexis Nexis, *Thomson Innovation*, par Thomson

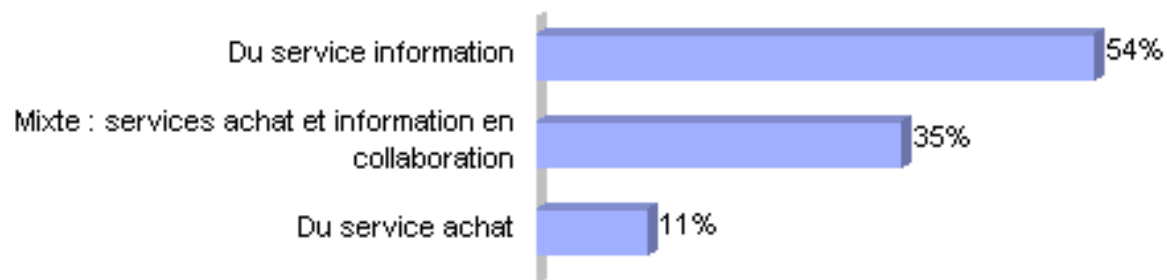
L'achat d'information :

Résultat de notre enquête

Méthodologie de l'enquête

- Enquête en ligne réalisée du 18 novembre au 20 décembre 2008 auprès de 3000 professionnels de l'information-documentation
- 65 réponses
- Échantillon des répondants :
 - 72% de resp. de services de documentation ou documentalistes, 8% de veilleur, 8% de knowledge manager, 5% de resp. de ressources électroniques...
 - 51% de l'échantillon travaille dans le secteur privé, 42% dans le public et 8% en association

L'achat d'information

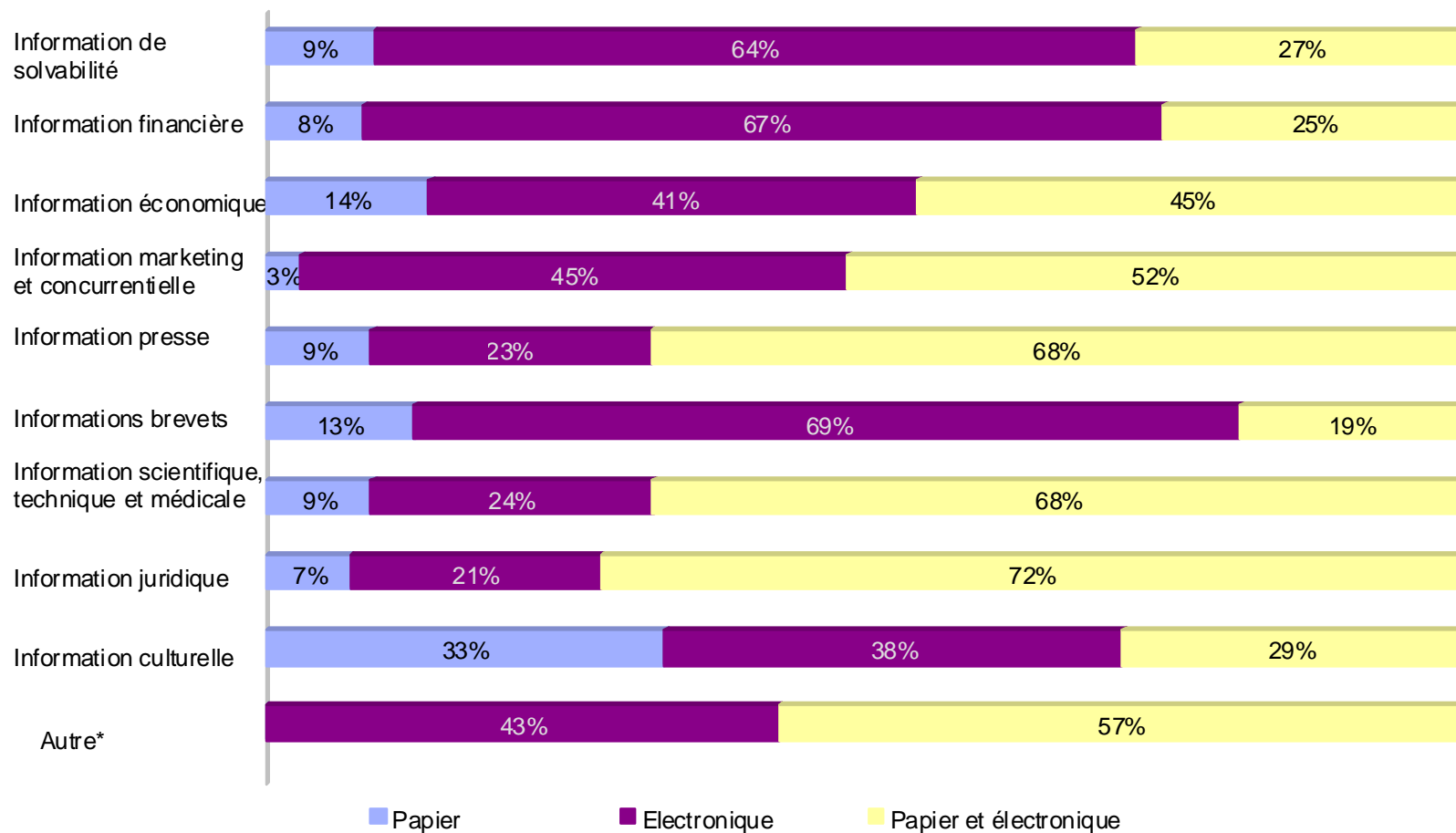


- **Dans 54% des cas, c'est le service information qui réalise l'achat seul.** Dans 35% des cas, les achats d'information se font en collaboration avec le service achat. Dans 11% des cas, c'est le service achat seul qui réalise l'achat d'information.

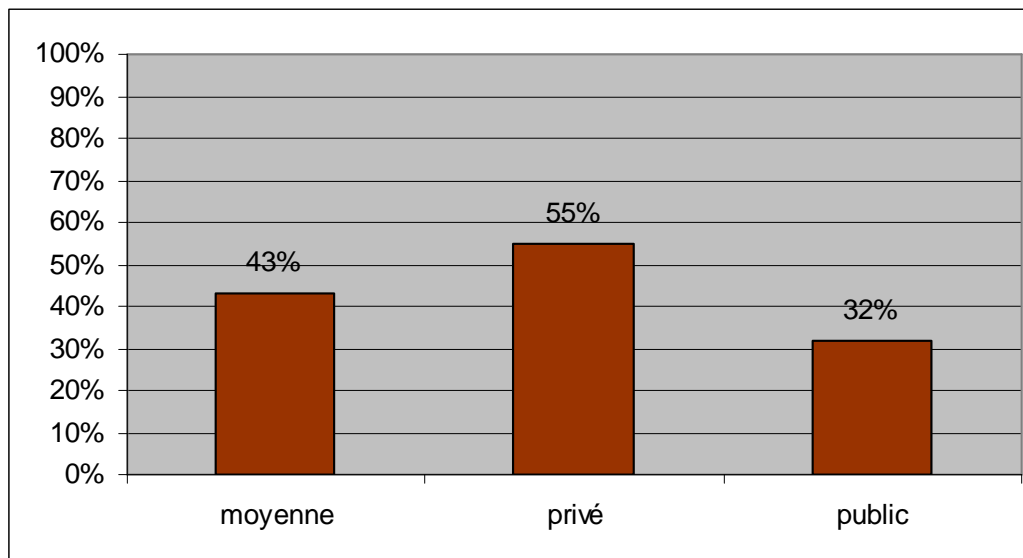
- **Répartition des tâches :**

- Professionnels de l'information :
 - définition des besoins en information,
 - réalisation du cahier des charges
 - évaluation des fournisseurs.
- En collaboration : recherche et sélection de fournisseurs
- Acheteurs :
 - négociation
 - contractualisation

Les formats achetés par segment

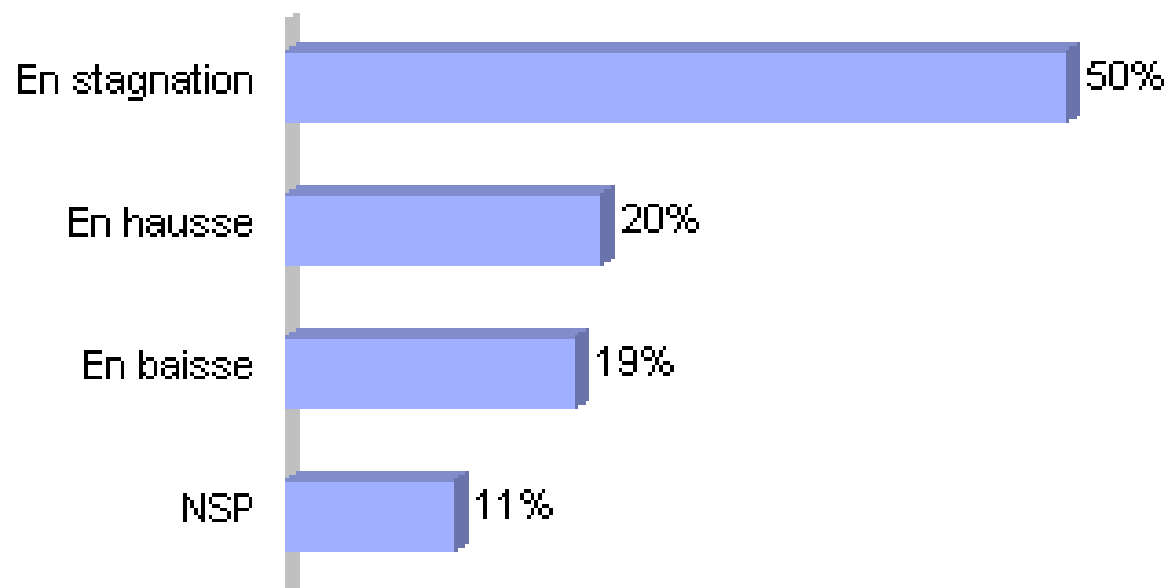


La part de l'électronique dans le budget total d'achat d'information



- En moyenne, 43% des budgets d'achat d'info sont consacrés à l'achat d'info électronique.
- **Seulement 16% des organisations interrogées envisagent à terme de passer à l'information tout électronique.**
- L'augmentation des ressources électroniques provient principalement de la migration du papier vers l'électronique.

Les budgets en 2009 face à la crise



Les budgets consacrés aux achats d'information seront en stagnation pour la moitié des professionnels interrogés. Les structures publiques (52%) sont plus concernées que les structures privées (44%).

Les conséquences de la crise sur l'achat d'informations

- **La crise aura des conséquences sur le type d'informations achetées pour 63% des professionnels interrogés.**

- **Recentrage sur l'information « cœur de métier »**

- Plus de 50% des organisations interrogées va privilégier les informations d'actualité **presse**.

- 44% surveillera plus particulièrement les **informations juridiques** et 40%, les **informations économiques**.

- L'achat **d'information de solvabilité** va certainement également augmenter en cette période de crise (surveillance plus grande de la solvabilité des clients et fournisseurs).

- **Utilisation croissante des ressources gratuites, pour 61% des personnes sondées (71% dans le secteur public).**

- **27% estiment que la crise aura des conséquences sur l'emploi des professionnels de l'infodoc dans leur structure.**

Les tendances du marché

- Le format **multimedia** (video) prend le pas sur le format texte, sur le web : présentations de produits, communiqués de presse, interviews...
- **L'Open access** continue de se développer en ISTM.
- Le **e-book** est en plein essor : arrivée de nouveaux supports de lecture, nouveaux acteurs et développement du catalogue.
- Les perspectives du **web sémantique** : les premières applications, notamment en bibliothèques

Nouveau dans l'étude 2009 : 9 fiches société détaillées

Étude de 200 pages, disponible le 30 janvier 2009

Format pdf et/ou papier

- **Tarif normal : 620 € HT (PDF)**
- **Tarif membres GFII : - 10%**
- **Tarif membres GFII ayant répondu à l'enquête : - 20%**

Sommaire détaillé, synthèse et vente sur www.archimag.com (boutique) ou www.serda.com

Contact : virginie.boillet@serda.com