



SOMMAIRE

« L'information électronique professionnelle en France : le marché en 2006 et les tendances en 2007-2008 »

Avant-propos

Remerciements

Introduction

Méthodologie et description de l'échantillon

Synthèse

1. Les enjeux du marché de l'information électronique professionnelle

- 1.1. Le développement des TIC en Europe
- 1.2 En France, le haut débit se généralise mais la proportion d'entreprises disposant d'un site Internet est inférieure à la moyenne européenne
- 1.3 La politique de l'Union Européenne en faveur des TIC
- 1.4 La réutilisation des données publiques
- 1.5 Loi Dadvisi, l'interopérabilité encadrée
- 1.6 La stratégie offensive de Google
- 1.7 Les programmes de recherche et développement

2. Le marché et les acteurs de l'information électronique professionnelle

- 2.1 Le marché mondial (Outsell)
- 2.2 Le marché européen de l'information on line (étude IRN Research)
- 2.3 Le marché français de l'information électronique
 - 2.3.1 Le marché de l'information financière
 - 2.3.2 Le marché de l'information de solvabilité
 - 2.3.3 Le marché de l'information économique

- 2.3.4 Le marché de l'information marketing
- 2.3.5 Le marché de l'ISTM
- 2.3.6 Le marché de l'information de propriété intellectuelle
- 2.3.7 Le marché de l'information juridique
- 2.3.8 Le marché de l'information multisectorielle
- 2.3.9 Le marché de l'information presse
- 2.3.10 La diffusion de l'image
- 2.3.11 Les moteurs de recherche et outils de veille
- 2.3.12 Le traitement des contenus

3. Les pratiques et attentes des professionnels de l'infodoc pour la gestion, la diffusion et l'archivage des ressources électroniques achetées

Présentation des résultats de l'enquête menée en 2007 auprès des gestionnaires de ressources électroniques

4. Les tendances du marché

- 4.1 Les outils de valorisation de l'information
- 4.2 Le développement des services en ligne à forte valeur ajoutée chez les éditeurs de contenu
- 4.3 Les perspectives d'utilisation des réseaux sociaux professionnels par les entreprises
- 4.4 Les éditeurs de contenus électroniques misent sur le Web 2.0 pour offrir des contenus collaboratifs

Conclusion

GLOSSAIRE

BIBLIOGRAPHIE/WEBOGRAPHIE