



COMMUNIQUE DE PRESSE

Le marché français de l'Information Electronique Professionnelle : une croissance au ralenti

Paris, le 21 mai 2010 - serdaLAB, le laboratoire d'études, de veille et de perspective du groupe Serda annonce la parution de sa nouvelle étude intitulée « L'information électronique professionnelle en France : le marché et les tendances » (données chiffrées 2008, prévisions et tendances 2009 et 2010), réalisée en collaboration avec le GFII, Groupement Français de l'Industrie de l'Information.

Pour la sixième année consécutive, le GFII a confié à serdaLAB le soin d'élaborer son étude de marché annuelle. Il s'agit non seulement de calculer le poids du marché de la vente d'information numérique en France et son taux de croissance, mais aussi d'analyser le comportement des acheteurs de ressources électroniques, notamment en période de crise, ainsi que de décrypter les tendances du marché.

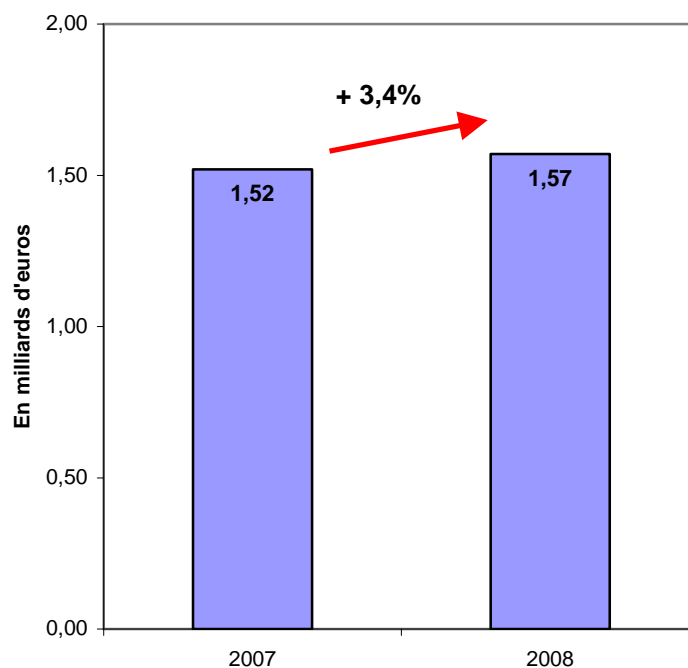
Le marché de l'information électronique professionnelle est analysé par segment d'information, qui regroupe des acteurs offrant le même type d'informations. **Douze segments d'information sont analysés.**

- ◆ L'information économique
- ◆ L'information financière
- ◆ L'information de solvabilité
- ◆ L'information scientifique, technique et médicale (ISTM)
- ◆ La diffusion d'images
- ◆ Moteurs de recherche et outils de veille
- ◆ L'information juridique
- ◆ L'information marketing
- ◆ L'information presse
- ◆ L'information de propriété intellectuelle
- ◆ L'information multisectorielle
- ◆ Traitement des contenus

Le marché de l'IEP atteint 1,57 milliard d'euros en 2008, en croissance de + 3,4%

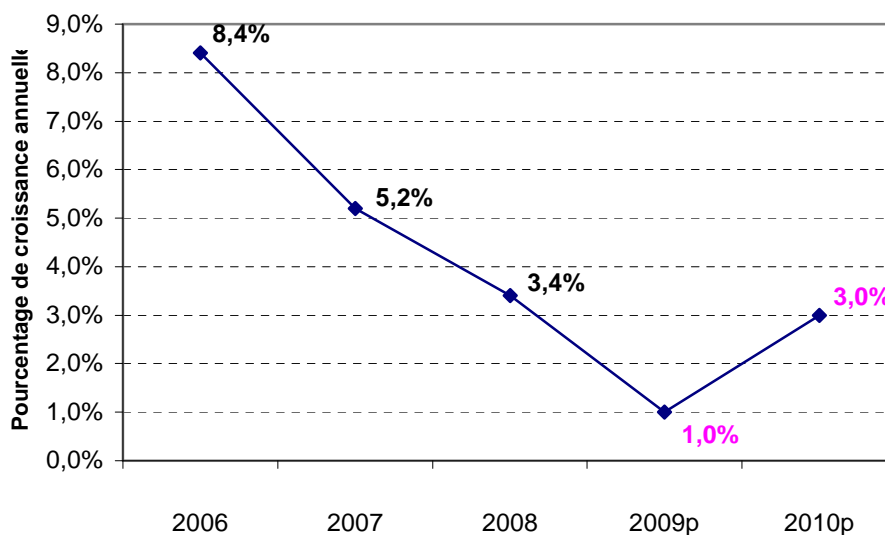
Le marché français de l'IEP poursuit son ralentissement en 2008 (+ 3,4%), après + 5,2% en 2007 (+ 8,4% en 2006). Même si la croissance du marché de l'information numérique professionnelle risque d'être très molle en 2009 (estimée à + 1% par serdaLAB) et 2010 (estimée à + 3%), elle restera positive en raison du potentiel d'accroissement des ressources numériques encore important. En effet, selon Virginie Boillet, analyste chez serdaLAB, « il faut compter sur le fait que la crise est l'occasion, pour beaucoup d'organisations, de rationaliser leurs dépenses et d'améliorer leurs processus de travail pour augmenter la productivité des salariés. Or, l'information numérique permet des gains de temps. D'ailleurs, notre baromètre crise réalisé en 2009 démontrait

que les professionnels de l'infodoc avaient l'intention de privilégier les achats d'information numérique au détriment de l'information imprimée. »



Graphique 1 : Evolution du marché français de l'information numérique professionnelle en 2008.

Source : serdaLAB



Graphique 2 : Evolution du marché français de l'information numérique professionnelle entre 2006 et 2010

Source : serdaLAB

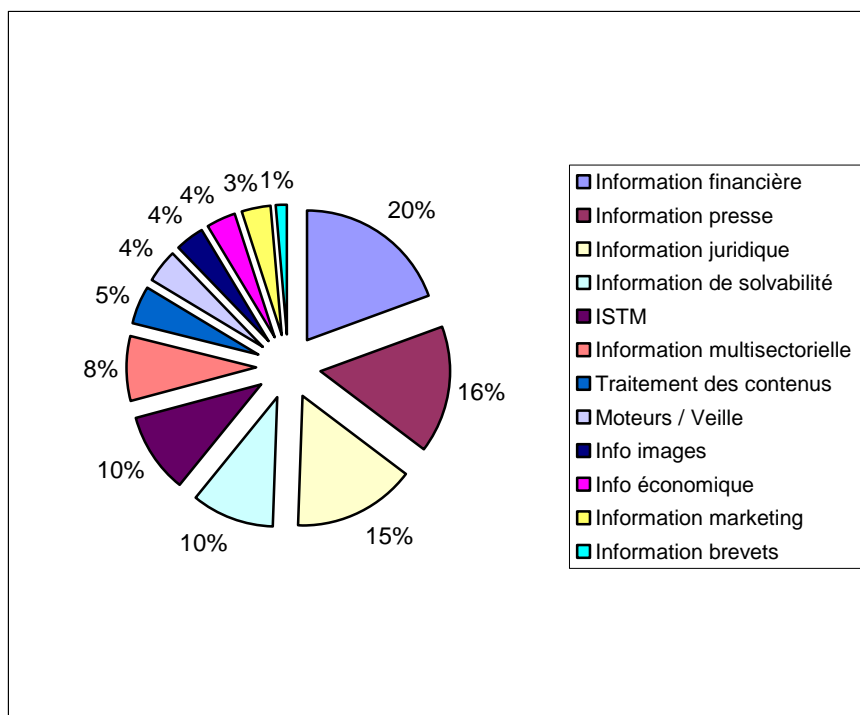
(p) Prévisions SerdaLAB

Segments	CA 2008 (en millions d'euros)	Part	Taux de croissance 2007-2008
Information financière	305,2	20%	1,6%
Information presse	251,4	16,5%	6,1%
Information juridique	242,1	15,9%	0,9%
Information de solvabilité	161,8	10,6%	1,8%
ISTM	158	10,4%	8,9%
Information multisectorielle	124,9	8,2%	6,6%
Traitement des contenus	73,5	4,8%	-4,1%
Moteurs / Veille	65,6	4,3%	22,4%
Information images	59,6	3,9%	-8,9%
Information économique	56,7	3,7%	8,4%
Information marketing	53,6	3,5%	-1,4%
Information brevets	23,6	1,5%	NC
TOTAL	1,575	100%	3,4%

Graphique 3 : Poids et taux de croissance de chaque segment d'information

Source : serdaLAB

L'analyse par segment d'information permet de montrer que **le segment information financière reste le premier segment du marché français** du marché de l'information numérique en 2008 avec 20% de part de marché. **Le segment information presse (16,5%) a dépassé de peu le segment information juridique (15,9%).**



Graphique 4 : Segmentation du marché de l'IEP en 2008

Source : serdaLAB

La part d'information numérique dans les budgets d'achat d'information continue de croître

Selon notre enquête 2010, le budget d'achat d'information numérique représente en moyenne 46% du budget total d'achat d'information (après 43% selon l'étude 2009). Les ressources numériques les plus achetées par les organisations interrogées sont les revues électroniques, suivies par les bases de données en texte intégral en ligne.

Les budgets consacrés aux achats d'informations sont en stagnation en 2010 pour près de la moitié des organisations sondées qui « privilégient l'utilisation de ressources gratuites pour 62% des organisations interrogées » selon Virginie Boillet, responsable des études serdaLAB.

Tendances du marché : potentialités croissantes de réutilisation des données publiques et contenus sur mobile qui explosent

Pour la première fois, serdaLAB propose un benchmark sur la réutilisation des données publiques qui représentent un fort potentiel économique, mais qui soulève encore de nombreuses interrogations. Selon Virginie Boillet, la principale tendance de 2010 est l'explosion des contenus sur mobile : « Depuis le début d'année 2010, les annonces de lancement d'application sur mobile se multiplient, dans le domaine de l'édition. Le mobile représente pour les éditeurs une opportunité sans précédent de repenser leurs modèles économiques ».

A propos de serdaLAB

▣ www.serda.com ou www.archimag.com

serdaLAB, laboratoire d'études, de veille et de prospective du groupe Serda-Archimag, publie des études de marché multiclients et sur-mesure. Il organise également des colloques dans les domaines de l'organisation de la Mémoire et du Savoir.

La mission des études serdaLAB est d'aider les acteurs du marché à comprendre les enjeux et les besoins de leur environnement, à se positionner sur celui-ci et d'aider toute personne ayant en charge une fonction info-documentaire à évoluer dans ses fonctions et lui apporter un benchmarking des bonnes pratiques.

Les objectifs des études serdaLAB sont d'analyser les marchés et les tendances dans les domaines de l'organisation de la Mémoire et du Savoir et d'en anticiper les conséquences sur les fonctions.

serdaLAB est sur twitter : <http://twitter.com/serdaLAB>

A propos du GFII

▣ www.gfii.asso.fr

Le GFII rassemble les principaux acteurs du marché de l'information et de la Connaissance : producteurs, serveurs, intermédiaires, diffuseurs d'information, éditeurs de logiciels, grands comptes acheteurs d'information...

Le GFII permet aux acteurs de l'industrie de l'information de se rencontrer, de confronter et d'échanger leurs points de vue sur les aspects juridiques, techniques et économiques du secteur. Pour valoriser ces travaux, le GFII organise des journées d'étude et publie des ouvrages de références. Le GFII organise également des voyages d'étude (salon Online Information de Londres, Foire du Livre de Francfort).

Le GFII est co-organisateur d'I-expo, le salon de l'information numérique (www.i-expo.net) dont la prochaine édition se tiendra les 09 et 10 juin 2010 à la porte de Versailles à Paris.

Contact Presse

Nathalie Chabert
Tél : 01 445 345 00
nathalie.chabert@serda.com