



Paris le 27 novembre 2014

L'information numérique B2B

Un marché français estimé à 2,3 milliards d'euros, en croissance de 8% depuis 2009

- *Quel est l'impact de la transformation numérique sur les pratiques d'achat d'informations et les usages des organisations ?*
- *Comment évoluent les budgets consacrés à l'information ?*
- *Quels sont les modèles économiques innovants en matière d'édition ?*
- *Comment évoluent les relations entre éditeurs et acheteurs, tant sur les plans économiques, juridiques et techniques ?*

serdaLAB, laboratoire d'études, de veille et de prospective du groupe Serda, annonce la parution de la huitième édition de l'étude consacrée au marché de l'information numérique professionnelle, réalisée en partenariat avec le Groupement Français de l'Industrie de l'Information (GFII).

Le marché français de l'information numérique B2B pèse 2,29 milliards d'euros, en croissance de +8% sur les cinq dernières années.

Le marché est principalement porté par le dynamisme des éditeurs de logiciels, comme en témoignent les performances commerciales des segments « Dataviz », « Traitement & valorisation de contenu » et « Business Intelligence », qui affichent respectivement des taux de croissance de +33,2%, 28,4% et +24,7% entre 2009 et 2013.

A l'inverse, les segments d'informations Image, Scientifique, Technique & Médical (STM), Juridique et Marketing voient leurs parts de marché décroître.

Nouveau Datamining

serdaLAB s'associe à Data Publica, start-up spécialisée dans le traitement de données, afin de proposer à ses clients une étude de marché nouvelle génération. L'étude s'accompagne ainsi d'une application web dédiée au marché de l'information numérique B2B permettant la visualisation interactive des données et des mises à jour en temps réel : segmentation, données financières, positionnement, etc.

« Bien que positifs, ces résultats globaux n'illustrent pas tout à fait le potentiel énorme du marché, en particulier dans les secteurs de l'industrie et de l'éducation & la recherche » souligne Thibaut Stephan, Responsable des Etudes serdaLAB.

Outre le déplacement du centre de gravité du format papier vers le format dématérialisé, désormais majoritaire dans tous les types de contenus à l'exception de la presse professionnelle et de l'information juridique, des bouleversements sont aussi constatés sur la valeur du contenu et en matière d'expérience client. « Entre innovations technologiques, apparition de nouveaux modèles économiques, complexification des conditions d'utilisation... le marché de l'information numérique professionnelle accélère sa mutation » analyse Thibaut Stephan.

En témoignent les résultats de l'enquête menée auprès de 160 acheteurs d'informations. Ainsi, bien que le budget moyen consacré à l'achat d'informations devrait croître de 3,4% entre 2013 et 2015, le recours au gratuit est une tendance de fond nourrie par la démocratisation de l'Open Access, de l'Open Data, et des dérivés du modèle de publication Freemium. C'est également un moyen de peser sur les éditeurs dont les pratiques tarifaires sont jugées excessives par 74% des organisations.

Dans son étude, serdaLAB décrypte comment le numérique révolutionne peu à peu l'ensemble de la chaîne de valeur autour de l'information, depuis la création du contenu, sa diffusion et sa consommation nomade, jusqu'à son stockage.

A propos de serdaLAB

SerdaLAB est le laboratoire d'études, de veille et de prospective du groupe Serda. serdaLAB décrypte les marchés et les tendances des domaines suivants : édition numérique professionnelle, dématérialisation, économie des Data, gestion de contenu, archivage électronique, intelligence économique.

Les activités de serdaLAB englobent :

- Edition d'études de marché ;
- Prestations sur mesure : études, veille ;
- Production de contenus (livres blancs, vidéos promotionnelles, etc.) ;
- Prestations de conseil en communication et marketing.

Plus d'informations sur www.serdalab.com

A propos du GFII

Le GFII rassemble l'ensemble des acteurs de la chaîne de l'information spécialisée, privés et publics : producteurs d'information, instituts de recherche, éditeurs, diffuseurs, éditeurs et prestataires de solutions logicielles (veille, text mining, sémantique...), cellules de veille, bibliothèques universitaires, départements de grands groupes.

Ce positionnement transversal fait du GFII un lieu unique et privilégié pour faire progresser la réflexion commune sur des sujets éventuellement conflictuels. Le GFII permet aux acteurs de se rencontrer, de confronter et d'échanger leurs points de vue sur les aspects juridiques, techniques et économiques du secteur, dans le cadre de groupes de travail. Les groupes de travail sont un lieu de partage de retours d'expérience, d'auditions d'experts et de débats.

<http://www.gfii.fr>

Contact presse

Alexandre Corbier
Responsable Communication
Groupe Serda
alexandre.corbier@serda.com
01.44.53.45.00