



# SOMMAIRE

## ETUDE SERDALAB

### « INFORMATION ELECTRONIQUE PROFESSIONNELLE : MARCHE ET TENDANCES EN 2011-2012 »

SOMMAIRE	3
AVANT- PROPOS	6
CONTRIBUTEURS A L'ETUDE	8
SYNTHESE	9
INTRODUCTION	13
<b>CHAP. 1 ENJEUX DU MARCHÉ DE L'INFORMATION NUMERIQUE PROFESSIONNELLE</b>	<b>15</b>
1. UN CONTEXTE ECONOMIQUE TOUJOURS MOROSE	17
2. VENT DE PROTESTATION CONTRE LES EDITEURS SCIENTIFIQUES « FOR PROFIT »	19
3. LES LICENCES NATIONALES	20
4. LA RECHERCHE MONDIALE REPOSE DESORMAIS SUR LES PAYS EMERGENTS	22
5. LE RETOUR DE L'OPEN ACCESS : AXE DE REFLEXION POUR LES EDITEURS « FOR PROFIT »	23
6. DE NOUVEAUX MODELES ECONOMIQUES EMERGENTS	28
6.1 Le modèle du freemium pour les applications mobiles	28
6.2 Des modèles économiques émergent : la location d'ebooks ou d'articles et le Patron-Driven Acquisition (PDA)	29

6.3 Le modèle économique de l'intermédiation	30
6.4 Le cas du Financial Times qui a su trouver un modèle économique où les revenus du online vont dépasser ceux du print en 2012	32
7. LES NOUVEAUX USAGES	33
7.1 L'information professionnelle est plébiscitée par 21% des propriétaires de tablettes	33
7.2 La tablette pourrait devenir le nouveau support de lecture de l'information professionnelle grâce à la stratégie du BYOD « Bring Your Own Device »	34
7.3 Le M-commerce est sur le point d'exploser	35
8. NECESSITE D'UNE EVOLUTION DU DROIT DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE (PARTIE REDIGEE PAR LAURENCE TELLIER, AVOCATE SPECIALISEE EN DROIT DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE AU CABINET ALAIN BENSOUSSAN)	37
9. LE DECRET RELATIF AU PRIX UNIQUE DU LIVRE NUMERIQUE EST PARU	43
<b>CHAP. 2 LE MARCHÉ DE L'INFORMATION NUMERIQUE PROFESSIONNELLE</b>	<b>45</b>
1. LE MARCHE MONDIAL DE L'INFORMATION PROFESSIONNELLE	46
1.1 Selon Outsell, le marché mondial de l'information professionnelle a atteint 368,5 milliards de dollars en 2010	46
1.2 Des fusions-acquisitions stables en 2011 au niveau mondial	48
2. LE MARCHE FRANCAIS DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE PROFESSIONNELLE	49
2.1 Périmètre du marché français	49
2.2 Le marché français pèse 1,609 milliard d'euros en 2010, en croissance de 4,2%	51
2.3 Une croissance soutenue par les prestataires en traitement de contenus et les éditeurs de moteurs de recherche et de logiciels de veille	52
2.4 Les éditeurs de contenu affichent un taux de croissance moyen de +2,5% contre +18,6% pour les éditeurs de logiciels de veille et prestataires en valorisation de contenus	53
2.5 Le segment information financière renforce son statut de leader, l'ISTM progresse	53
2.6 Un marché qui devrait avoisiner le 1,78 milliard d'euros en 2012	55
3. ANALYSE DETAILLEE DE CHAQUE SEGMENT D'INFORMATION	57
3.1 L'information financière	57
3.2 L'information presse	61

3.3 L'information juridique	64
3.4 L'information scientifique, technique et médicale	68
3.5 L'information de solvabilité	77
3.6 Le traitement des contenus	80
3.7 L'information multisectorielle	82
3.8 Les logiciels de valorisation de l'information	85
3.9 L'information marketing	89
3.10 L'information économique	92
3.11 L'information images	95
3.12 L'information brevets	97
<b>CHAP. 3 L'ACHAT D'INFORMATIONS DANS UN CONTEXTE DE CRISE</b>	<b>101</b>
1. METHODOLOGIE ET DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON	102
2. L'ACHAT D'INFORMATIONS NUMERIQUES	105
2.1 L'information presse et l'ISTM en tête des contenus numériques les plus demandés	105
2.2 Les formats d'informations achetés	106
2.3 Les revues électroniques sont les ressources les plus achetées	107
2.4 Les arbitrages en cas de diminution de budget	109
2.5 Les arbitrages en cas de hausse du budget	111
2.6 La part du budget consacré aux ressources électroniques continue de croître	113
2.7 Evolution des achats d'ici cinq ans	114
2.8 Les décisionnaires des achats d'informations	115
3. EVOLUTION DE L'EQUIPEMENT EN SUPPORTS DE LECTURE NUMERIQUE	117
4. SATISFACTION VIS-A-VIS DE L'OFFRE DE CONTENUS ELECTRONIQUES	121
4.1 76% des acheteurs jugent positivement l'offre de contenus électroniques	121
4.2 79% des acheteurs sont insatisfaits de l'offre tarifaire	122
5. GESTION DES RESSOURCES ELECTRONIQUES	127

6. L'IMPACT DE L'OPEN ACCESS SUR LES ACHETEURS D'INFORMATIONS	129
<b>CHAP. 4 LES TENDANCES DU MARCHÉ</b>	<b>133</b>
<b>L'ENRICHISSEMENT SEMANTIQUE DES DONNEES S'ACCELERE GRACE AUX METADONNEES</b>	<b>134</b>
<b>DE NOUVEAUX LEVIERS DE CROISSANCE DANS LA ZONE BRIC</b>	<b>137</b>
<b>OUVERTURE DES DONNEES PUBLIQUES : LE GRAND CHANTIER</b>	<b>140</b>
1. LE CONTEXTE LEGISLATIF DES DONNEES PUBLIQUES	143
1.1 Préparation d'une stratégie « open data » et d'une nouvelle directive européenne par la Commission européenne	143
1.2 Articulation du droit d'auteur des agents publics et du droit à réutilisation	145
1.3 La question de l'anonymisation des données	145
2. LA PROBLEMATIQUE ECONOMIQUE DES DONNEES PUBLIQUES : MANQUE DE GOUVERNANCE GLOBALE AU NIVEAU DE LA FRANCE	145
3. LES EXPERIENCES D'OUVERTURE DES DONNEES PUBLIQUES	148
4. DU COTE DES REUTILISATEURS PRIVES	154
<b>L'EXPLOITATION DES BIG DATA</b>	<b>156</b>
CONCLUSION GENERALE	159
METHODOLOGIE GENERALE	161
LISTE DES PRINCIPAUX ACTEURS CITES DANS L'ETUDE	162
WEBOGRAPHIE	165