



LES ETUDES SERDALAB

Veille, moteurs de recherche et collaboratif : Le marché, les besoins et les tendances en 2009-2010



Périmètre de l'étude

Le marché de la veille, des moteurs de recherche et du collaboratif rassemble :

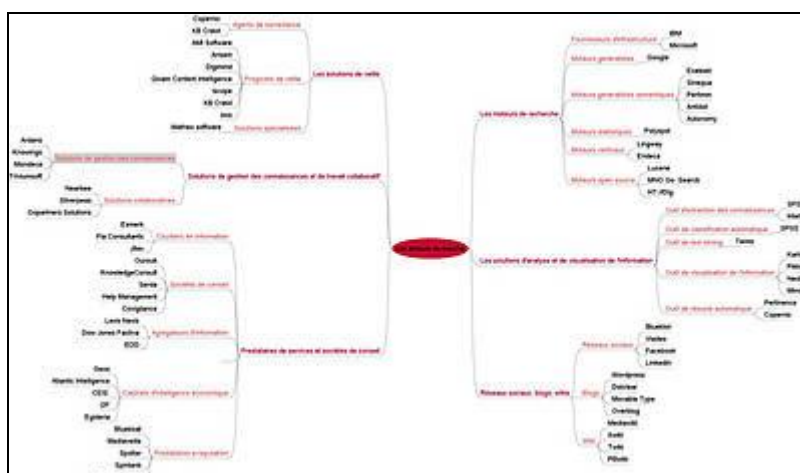
- Les éditeurs de moteurs de recherche d'entreprise
- Les éditeurs de solutions de veille : agents de surveillance, progiciels de veille et solutions spécialisées
- Les éditeurs de solutions d'analyse et de visualisation
- Les éditeurs de solutions collaboratives et de gestion des connaissances
- Les éditeurs de réseaux sociaux, blogs et wikis
- Les prestataires de services de veille

Les enjeux du marché de la veille et des moteurs de recherche

- **Le ralentissement économique est ressenti comme une opportunité** pour les acteurs de la veille. En temps de crise, les entreprises sont en alerte permanente sur les menaces et les opportunités du marché.
- De **nouvelles pratiques** basées sur le partage de l'information se développent avec les réseaux sociaux et l'entreprise 2.0.
- Les **technologies liées à la mobilité** sont en pleine expansion (smartphones, haut débit mobile, ultraportables...). La mobilité constitue un enjeu important pour les acteurs de la veille et les moteurs de recherche, qui devront adapter leurs produits aux spécificités de la recherche sur mobile.
- Le développement des contenus multimédias entraîne la création de nouveaux moteurs de recherche vocaux, d'image par l'image et vidéo

Le marché et les acteurs de la veille, des moteurs de recherche, du collaboratif

Le marché français de la veille, des moteurs de recherche et du collaboratif atteint **162 millions d'euros en 2007** et enregistre une **croissance de 19,5%**. SerdaLAB a identifié plus de 140 acteurs : 63 prestataires de services et de conseil et 80 éditeurs de solutions logicielles.



Les tendances du marché

- Certains éditeurs de veille développent des **solutions verticales** qui répondent à des problématiques métiers (Knowings, Lingway).
- Les outils de **visualisation et de cartographie** répondent à un besoin croissant de structuration de l'information face à l'infobésité. De nouveaux éditeurs se sont spécialisés dans ces outils comme Kartoo et Pikko.
- Le **mode ASP ou Saas** est un modèle économique proposé par la plupart des éditeurs. Ce mode permet une mise en place et un déploiement rapide des solutions. Les PME sont particulièrement intéressées par ce modèle.
- **Les dernières versions des logiciels de veille permettent de surveiller les sites Web 2.0. C'est le cas de la dernière version de KB Crawl, KB Crawl 4, sortie début avril 2009, et de celle de Qwam content Intelligence, lancée à la même période.**
- La **veille mobile** : Les utilisateurs de solutions de veille peuvent maintenant réaliser leur veille sur leur appareil mobile (i-Phone, BlacBerry) grâce à l'offre *CI Everywhere* de Digimind.
- Les **solutions d'analyse temporelle** se développent. L'éditeur Kartoo a lancé début 2009, *Kartoo Chrono*, un logiciel de recherche qui permet de diriger très facilement les utilisateurs vers les documents qu'ils ont utilisé auparavant avec une recherche temporelle.
- **La gestion de la e-reputation** : Maîtriser son image sur le Web est un nouveau défi pour les entreprises et les individus. SerdaLAB apporte des éléments pour aider les entreprises à surveiller leur e-reputation et mettre en place une stratégie de communication efficace sur le Web.
- **L'intelligence collective appliquée à la veille**: Utilisée dans de multiples domaines, l'intelligence collective prend toute son envergure dans l'intelligence économique et la veille, dans le partage des savoirs. SerdaLAB présente la méthodologie et les outils adaptés à une démarche de veille collaborative, ainsi que des applications concrètes.

Le web sémantique, les premières applications : Le web sémantique est l'un des secteurs les plus innovants du web aujourd'hui. Les premières applications commencent à voir le jour. Après une introduction au concept du web sémantique, SerdaLAB explore les premières applications dans le domaine des moteurs de recherche, des bases de connaissances et des outils de tagging

Les besoins en solutions de veille, moteurs de recherche, gestion des connaissances et travail collaboratif

Les principaux résultats de **l'enquête quantitative réalisée auprès de 200 professionnels de la documentation, des veilleurs, des directeurs marketing et des directeurs généraux**, montrent que :

- 72% des organisations ont une politique en matière de veille. Un tiers d'entre elles ont mis en place cette politique il y a plus de cinq ans.
- Près de la moitié des organisations interrogées ont mis en place un dispositif centralisé autour d'une cellule de veille.
- Seulement 41% des sondés ont développé des réseaux de veille et 36% une veille collaborative.
- Les trois principaux objectifs de la veille sont : s'informer sur les évolutions réglementaires, identifier les opportunités et surveiller les concurrents. L'innovation et le développement commercial sont des objectifs importants pour la plupart des structures privées.
- Les principales sources d'informations utilisées sont les sites web et la presse. Les bases de données et les sources légales sont également fréquemment surveillées.
- Les outils gratuits ou à faible prix (monoposte) sont utilisés par 61% des sondés. Des outils payants sont installés dans 39% des organisations.
- Les besoins d'automatisation concernent 64% des organisations interrogées. Ce besoin se porte principalement sur les plateformes de veille, les solutions d'analyse de l'information et les moteurs de recherche. Les projets d'acquisition de logiciels ne concernent que 9% des organisations interrogées
- Les organisations interrogées ont peu recours à un prestataire en veille. La principale motivation des organisations qui externalisent est le gain de temps, suivi par la raison économique.

Source : <http://serda.com/fr/serda-information-connaissance-archives-electronique-records-management-veille/serdalab/les-etudes-serdalab/les-etudes-sectorielles/veille-2009.html>

Extraits :

CHAP. 1

1.3 Les conséquences de la crise sur le marché de la veille

Dans cette période marquée par les turbulences économiques, les besoins en information se font plus grands. Il est vital pour les entreprises de rechercher des solutions innovantes pour passer à travers les mailles de la crise.

La grande majorité des éditeurs de logiciels de veille et d'analyse de données restent très confiants sur leur croissance en 2009. « *Une crise déplace l'énergie, elle ne l'arrête pas* », soutient Eric Brégand, CEO de Temis, qui prévoit une croissance de 19% de son chiffre d'affaires en 2009. Quant à **KB Crawl**, il démarre bien l'année 2009 : +35% sur les deux premiers mois comparé à début 2008.

Même s'ils doivent faire face à un certain attentisme de la part de leurs clients, à une tension sur les prix plus forte et à une demande de retour sur investissement plus court, les acteurs de la veille considèrent le ralentissement économique comme une opportunité. En temps de crise, les entreprises surveillent en effet davantage leurs concurrents, suivent l'actualité économique de manière plus régulière, sont en alerte permanente sur les menaces, mais surtout les opportunités de marché. Les entreprises cherchent à anticiper la sortie de crise. Certaines n'hésitent pas à promouvoir des produits qui leur semblent adaptés en temps de récession.

Ainsi Knowings met en avant ses packs pré-paramétrés, solutions clés en main dont l'objectif est de servir au plus près les usages métiers de ses clients. Il propose le Packveille 2.0, qui facilite la mise en œuvre d'un réseau de veille collaborative ou le Pack Ecobiz, qui aide les chambres de commerce et d'industrie dans l'animation économique de leurs territoires grâce à la mise à disposition de leurs entreprises ressortissantes d'un portail collaboratif.

CHAP. 3

Dans cette partie concernant le marché, on a positionné KB Crawl à la fois dans les agents de surveillance et les plateformes de veille, étant donné que vous commercialisez plusieurs modules.

Agent de surveillance

KB Crawl, filiale du groupe KB Intelligence (ex-BEA Conseil), commercialise plusieurs produits, dont un moteur de veille, *KB Crawl*, dont la version 4 est sortie début avril 2009. Développée en .net (Technologie Microsoft), cette nouvelle version, disponible en mode serveur (dédié pour les clients en demande de confidentialité) permet de crawler plus de 100 000 documents par jour et permet d'indexer en unicode. Il est disponible en multilingue et notamment, dans les langues non latines comme le chinois, l'arabe, l'hébreu... ce qui était une forte demande. L'ergonomie a été améliorée : le paramétrage des sources est facilité. Autre grande nouveauté et d'actualité : elle permet de se connecter au web invisible et notamment à tous les nouveaux sites web 2.0 de réseaux sociaux accessibles à l'aide de mots de passe. (voir fiche société p. 115).

Plateforme de veille :

En plus de son moteur de veille, **KB Crawl** commercialise une suite logicielle, *KB Crawl suite*, et une plateforme collaborative, *KB Platform*, permettant de gérer l'ensemble du cycle de vie de la veille : de la collecte à la diffusion, en passant par le traitement. *KB Crawl suite*, incluant la nouvelle version 4 de *KB Crawl* (moteur de veille) permet de surveiller le web invisible (web profond et sites Internet accessibles via des login et mots de passe comme les sites de réseaux sociaux ou de rencontres, les bases de données), les emails (newsletters, pièces attachées en PDF dans les emails...), permet de transformer les informations non structurées du web en informations structurées (format XML, Excel...), permet de réaliser des rapports de veille ainsi que de créer des alertes email. *KB Platform* offre les mêmes fonctionnalités que *KB Crawl suite*, avec un portail collaboratif en plus. Toutes les informations récoltées grâce à *KB Crawl* sont intégrées dans le portail. Tous les salariés de l'entreprise peuvent publier de l'information sur la plateforme (voir fiche société p.115).