



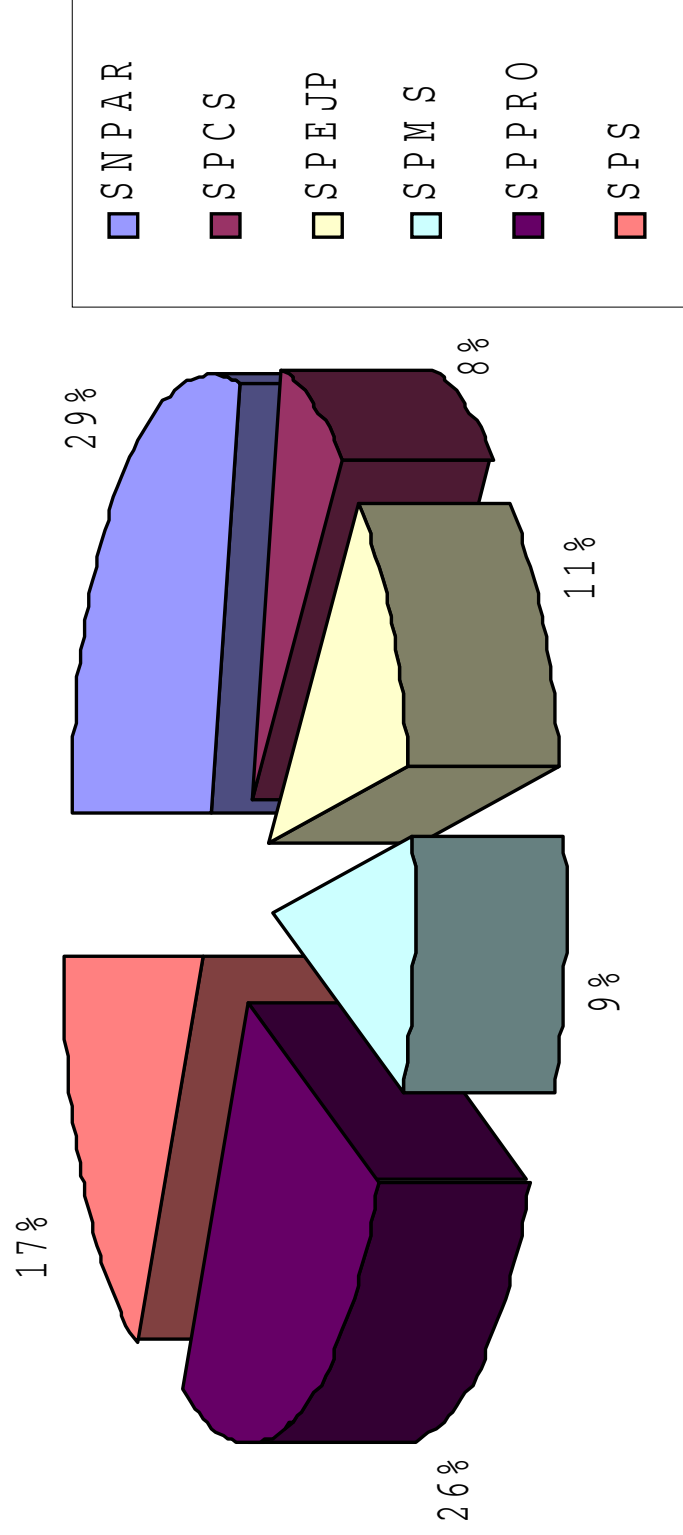
L'activité en ligne des éditeurs de presse spécialisée résultats de l'enquête

Groupe de travail abonnement électronique

26 juin 2006

⇒ La FNPS : une grande diversité

Répondants



=> INTERNET, un media à part entière

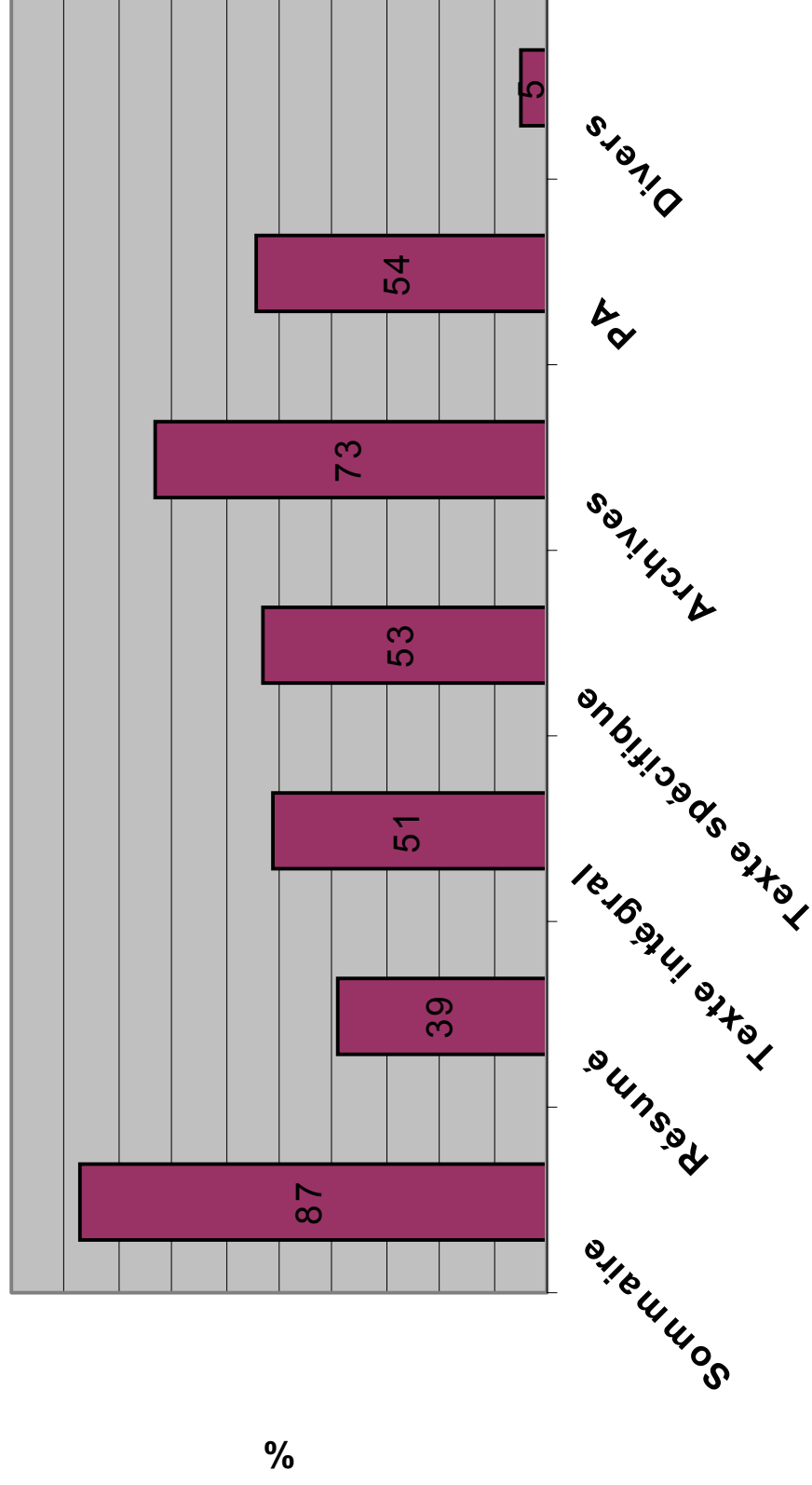
- 72 % des répondants sont en ligne
- 14 % des répondants ne sont pas en ligne, mais ont un projet à court terme

=> Dynamique particulière du média

- 67 % des répondants actualisent leur site avec une périodicité de quotidienne à hebdomadaire
- pas de substitution parfaite entre Internet et le papier
- Un outil de promotion de la marque

⇒ Quels contenus en ligne sont proposés par les éditeurs ?

Nature de l'Offre



⇒ Quelle logique économique pour exploiter Internet

- 70 % des éditeurs interrogés optent pour un modèle partiellement ou totalement payant
- MAIS 30 % optent pour le tout gratuit
- 14 % se disent concernés par l' Open Access

⇒ La stratégie commerciale

- 57 % des éditeurs interrogés font payer le même prix pour l'abonnement couplé papier/en ligne
- 23 % ont des offres spécifiques pour les intranets
- 14 % font de la vente à l'acte
- 9 % diffusent leurs contenus via des sites d'agrégation ou de syndication
- 74 % des répondants ont de la publicité en ligne

=> Des freins aux développements identifiés

- Régime fiscal pénalisant (TVA)
- Les droits d'auteurs
 - 40 % des éditeurs s'inquiètent du piratage
 - 78 % des éditeurs interrogés ont des accords signés avec leurs contributeurs
- Le développement du « sentiment » de gratuité

⇒ La montée en puissance de l'intermédiation

- 96 % des éditeurs interrogés acceptent l'intervention des agences d'abonnements*
- 62 % des éditeurs interrogés ne sont pas favorable à l'intervention des agences d'abonnements
- de 10 à 40 % du volume des abonnements des éditeurs interrogés passent par un intermédiaire
- Les éditeurs interrogés sont très partagés sur la montée en puissance de l'intermédiation dans la relation éditeur-lecteur . Certains y voient une manière de faciliter leur diffusion, d'autres identifie un risque majeur de remise en cause de leur indépendance.

⇒ La montée en puissance de l'intermédiation

- 24 % des éditeurs interrogés sont concernés par les consortia

Dans la négociation des tarifs, on assiste à un fort développement des consortia (particulièrement dans les filières scientifique, technique et médical et en développement dans les sciences humaines. Ex. Consortium Couperin)

- 46 % ont déjà signé avec le CFC un apport de droit pour l'électronique ; 25 % ont l'intention de le faire

⇒ Abonnements électroniques : Les attentes des clients du point de vue des éditeurs

- 87% citent la négociation tarifaire
- 75 % citent les modalités techniques d'accès
- 12,5% citent la richesse des contenus
- 12,5% citent la conservation des contenus