

SWISSTOPO

ANALYSE DU MARCHÉ SUISSE DE LA GEOINFORMATION

Resumé

Berne, le 13 août 2008

Roman Frick
David Finger

B7039L_ANALYSEGEONFORMATIONSMARKT_SB_080813.DOC



inFRAS

INFRAS

MÜHLEMATTSTRASSE 45
CH-3007 BERN
t +41 31 370 19 19
f +41 31 370 19 10
BERN@INFRAS.CH

BINZSTRASSE 23
CH-8045 ZÜRICH

WWW.INFRAS.CH

RESUMÉ

Dans la plupart des pays industrialisés, les géoinformations sont devenues une composante importante de l'économie nationale au cours des dernières décennies. A l'aide des géoinformations, de la valeur ajoutée est créée dans la sphère économique, au sein de l'administration et dans la vie quotidienne. C'est principalement pour cette raison que la Confédération a élaboré une stratégie dans ce domaine, il y a quelques années déjà. La nouvelle loi sur la géoinformation (LGéo) et les ordonnances qui l'accompagnent sont par ailleurs entrées en vigueur le 1^{er} juillet 2008. Outre les influences étatiques, le marché de la géoinformation a également été marqué, dans un passé récent, par une dynamique mondiale : la stratégie libérale de Google Inc. a notamment exercé une forte emprise sur le marché international de la géoinformation au cours des dernières années. Avec les produits proposés par cette société, des géoinformations sont devenues disponibles gratuitement pour tout un chacun, du jour au lendemain. Au vu de tels facteurs d'influence, swisstopo a commandé la présente actualisation de l'analyse du marché déjà conduite en 2002. La présente étude vise un quadruple objectif :

- › réexaminer la structuration du marché de la géoinformation
- › réexaminer le volume global du marché et sa répartition par segments
- › analyser la dynamique du marché durant les cinq à six dernières années
- › livrer une prévision pour l'évolution future de cette dynamique.

L'analyse repose sur des bases empiriques fournies par une enquête écrite menée auprès de 370 entreprises suisses du domaine de la géoinformation et des entretiens personnels conduits avec une sélection d'acteurs du marché. Des recherches bibliographiques ont par ailleurs été effectuées afin de comparer le marché suisse à des marchés étrangers. L'analyse se concentre sur le marché de la géoinformation dans le **secteur privé**. Par volume du marché, nous entendons le chiffre d'affaires total réalisé avec des géodonnées, des produits numériques à base de géoinformations, des logiciels et des prestations de services. La base de calcul est la Suisse, considérée comme lieu d'implantation d'entreprises (exportation d'entreprises suisses comprises). Les recettes découlant de la vente de produits imprimés sont exclues du calcul. En revanche, les coûts de production des géodonnées de base **publiques** n'ont pas fait l'objet d'une nouvelle estimation. Ces informations sont reprises de l'analyse effectuée en 2002 et présentées de façon séparée.

Nous évaluons le **volume** actuel du **marché** de la géoinformation dans le secteur privé à 500 millions de francs par an (**Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). En comparaison de l'analyse menée en 2002, la hausse atteint 300 millions de francs : la sous-évaluation du marché en 2002 peut être estimée à 100 millions de francs tandis que 70 millions peuvent être mis sur le compte de la croissance des entreprises existantes, ce qui correspond à une croissance annuelle moyenne du chiffre d'affaires de 5%. Les 130 millions de francs restants résultent de la création de nouvelles entreprises.

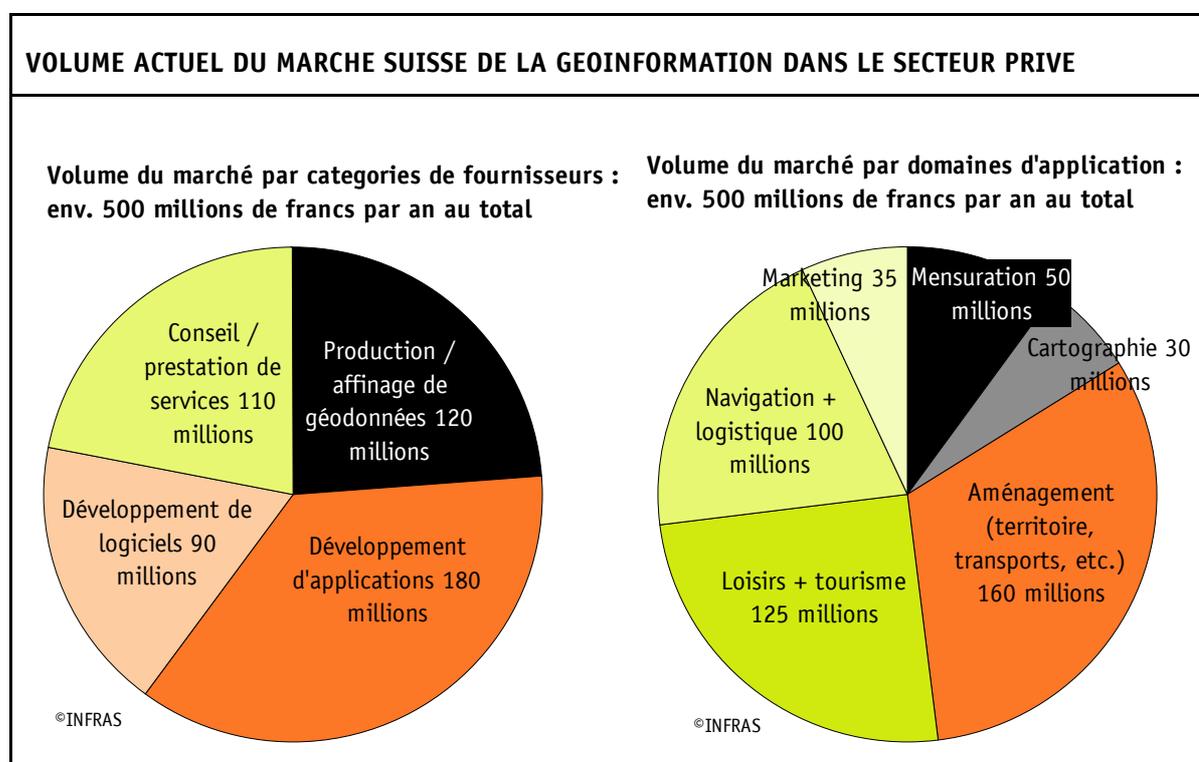


Figure 1 Volume actuel du marché par catégories de fournisseurs (à gauche) et par domaines d'application (à droite).

Le marché suisse de la géoinformation peut être décomposé par catégories de fournisseurs ou par domaines d'application. Parmi les **catégories de fournisseurs**, le *développement d'applications* constitue le segment le plus important avec 35% du volume total. Les entreprises actives dans les secteurs du développement d'applications et/ou de logiciels ont été les plus fréquentes à enregistrer des hausses de chiffres d'affaires supérieures à 10% par an au cours des cinq dernières années et ce sont également celles qui prévoient les taux de croissance les plus élevés pour l'avenir. L'importance du conseil et des prestations de services individualisées s'est aussi fortement accrue durant la période considérée.

Parmi les **domaines d'application**, la *navigation / logistique* et les *loisirs / tourisme* ont enregistré les croissances les plus fortes depuis 2002. Ces deux secteurs sont également ceux pour lesquels le potentiel de croissance le plus fort est prédit. Si le domaine de l'aménagement (territoire, transports, etc.) reste prééminent sur le marché, son importance a décliné depuis 2002. Quant aux chiffres d'affaires annoncés par les entreprises des secteurs de la cartographie et de la mensuration, ils ont plutôt tendance à stagner, le marché semblant fortement saturé.

Les **coûts de production** publics pour les géodonnées de base ont peu évolué depuis 2002 en comparaison du volume du marché dans le secteur privé. La Confédération et les cantons consacrent annuellement de 200 à 240 millions de francs à la production et à la mise à disposition des géodonnées. La réduction des émoluments consentie par swisstopo au cours des dernières années n'a finalement entraîné qu'une faible croissance de la vente de données. Mais comme le montre l'exemple des orthophotos en couleur (SWISSIMAGE), le marché est capable de réagir avec bien plus de vigueur dès lors que la réduction des émoluments est suffisamment forte.

Au **plan international**, le marché suisse de la géoinformation (représentant environ 0,11% du PIB) soutient parfaitement la comparaison avec les marchés européens tels que l'Allemagne. Aux Etats-Unis et au Japon, la part du marché de la géoinformation reste toutefois plus élevée, s'établissant à 0,18% du PIB. Ces pays sont cependant connus pour leurs pratiques très libérales en matière de diffusion et de tarification de géodonnées.

Au cours des dernières années, les **facteurs ayant exercé l'influence** la plus forte sur le marché de la géoinformation dans le secteur privé ont été la stratégie fédérale, Internet, l'évolution technologique et la libéralisation du marché (**Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Les pouvoirs publics restent le client principal de la plupart des entreprises du secteur. Si l'on en croit les déclarations recueillies lors des entretiens, la Confédération, les cantons et surtout les communes devraient conserver leur statut de piliers du marché. Le potentiel de la clientèle privée (entreprises) est cependant jugé plus prometteur à plus long terme.

La grande majorité des entreprises reste optimiste pour les cinq ans à venir, même si les estimations se veulent un peu plus prudentes que pour les cinq (très bonnes) années qui viennent de s'écouler. Des taux de croissance de 3 à 4% par an sont prévus en moyenne. Selon la plupart des acteurs interrogés, l'influence de la libéralisation du marché se fera plus pressante encore, ce dont résultera une demande accrue en géoinformations. Les activités en lien avec la stratégie fédérale (surtout la disponibilité de données de référence, les

émoluments, l'harmonisation) continueront elles aussi à gagner en importance, parallèlement à la libéralisation du marché. Pour plus de la moitié des entreprises consultées, les efforts déployés jusqu'à présent par la Confédération n'ont eu qu'un impact limité. Le système fédéral de la Suisse est notamment ressenti comme un obstacle pour la mise en place de l'infrastructure nationale de données géographiques (INDG). Si la direction dans laquelle progresse la Confédération suscite généralement l'approbation, le rythme de cette évolution est jugé trop lent en regard de la dynamique du marché de la géoinformation.

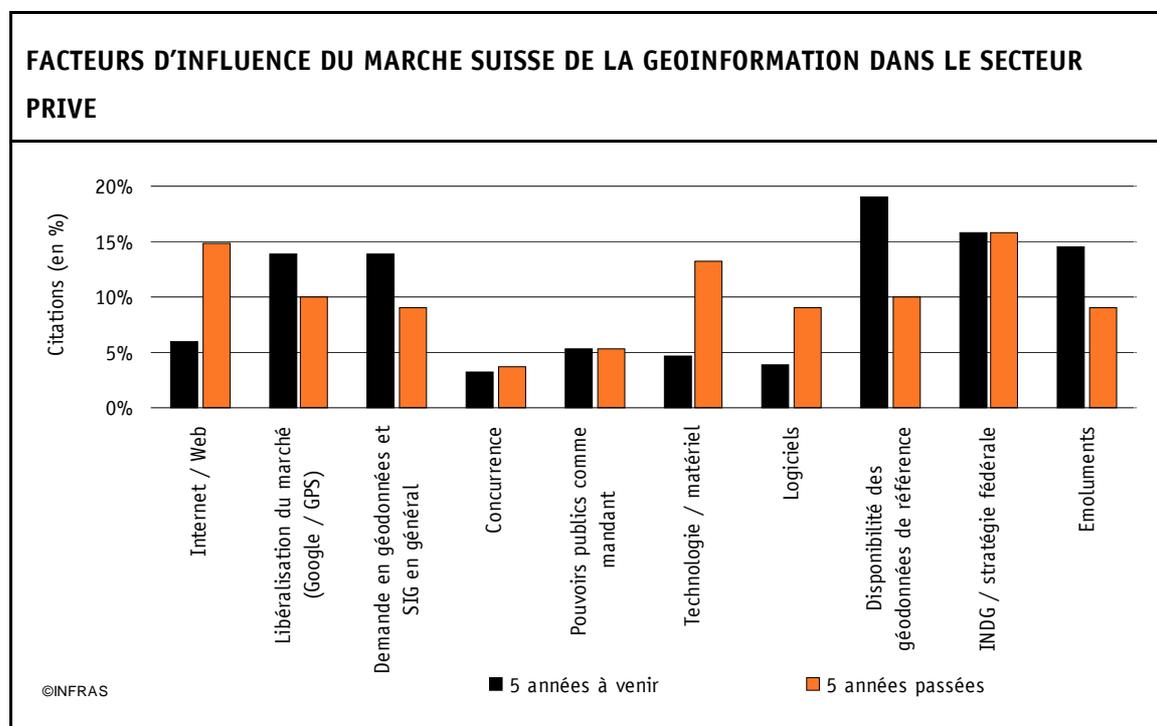


Figure 2 Quels sont les deux facteurs qui ont marqué / vont marquer le plus fortement le marché suisse de la géoinformation au cours des cinq années passées / à venir ? (Chaque entreprise pouvait indiquer deux facteurs ; N = 110 entreprises ; 150 resp. 190 citations).