

# Research the Researcher

## Résultats de l'étude Française en ligne

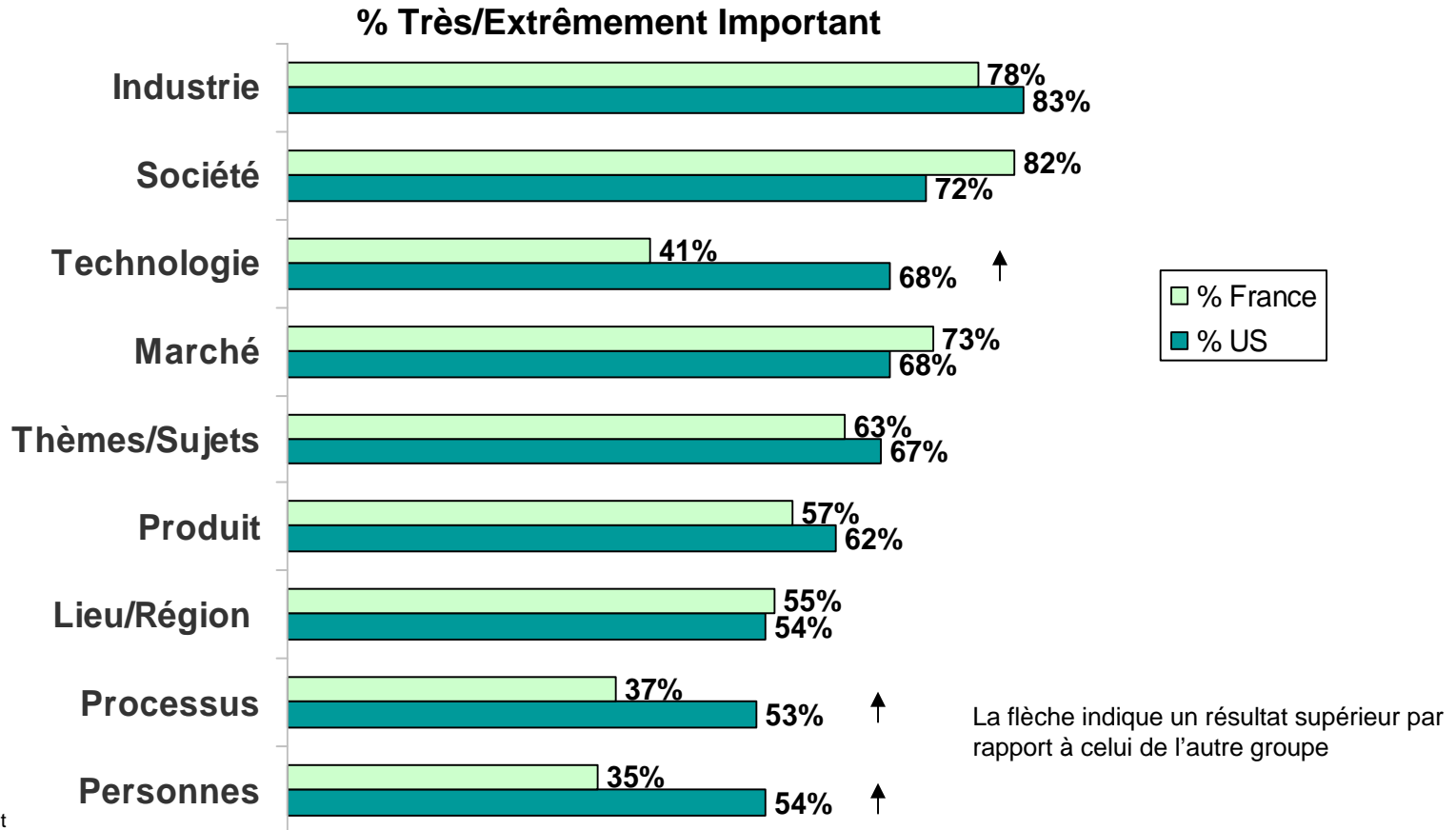
Mark Bootherstone  
Marketing Director EMEA  
Rencontres ICC 14 Octobre 2008

# Contexte & Méthodologie

- Etude en ligne US en Février 2008 sur besoins d'information et comportements.
- Thèmes spécifiques des l'étude:
  - Sources d'Information utilisée
  - Importance des différents types d'information
  - Activités de recherche et tendances pour le futur
  - Satisfaction des outils et ressources existants
  - Enjeux et défis majeurs
- Etude adaptée à la France et conduite en septembre 2008
- Les résultats ont été analysés dans leur totalité et lorsque cela était possible comparés aux résultats US.

# Type d'Information – Etude France vs. US

L'information sectorielle et sur les sociétés est cruciale pour les veilleurs des deux pays. Par contre l'information sur la technologie, les processus et les personnes est de moindre importance pour les français qui ont répondu



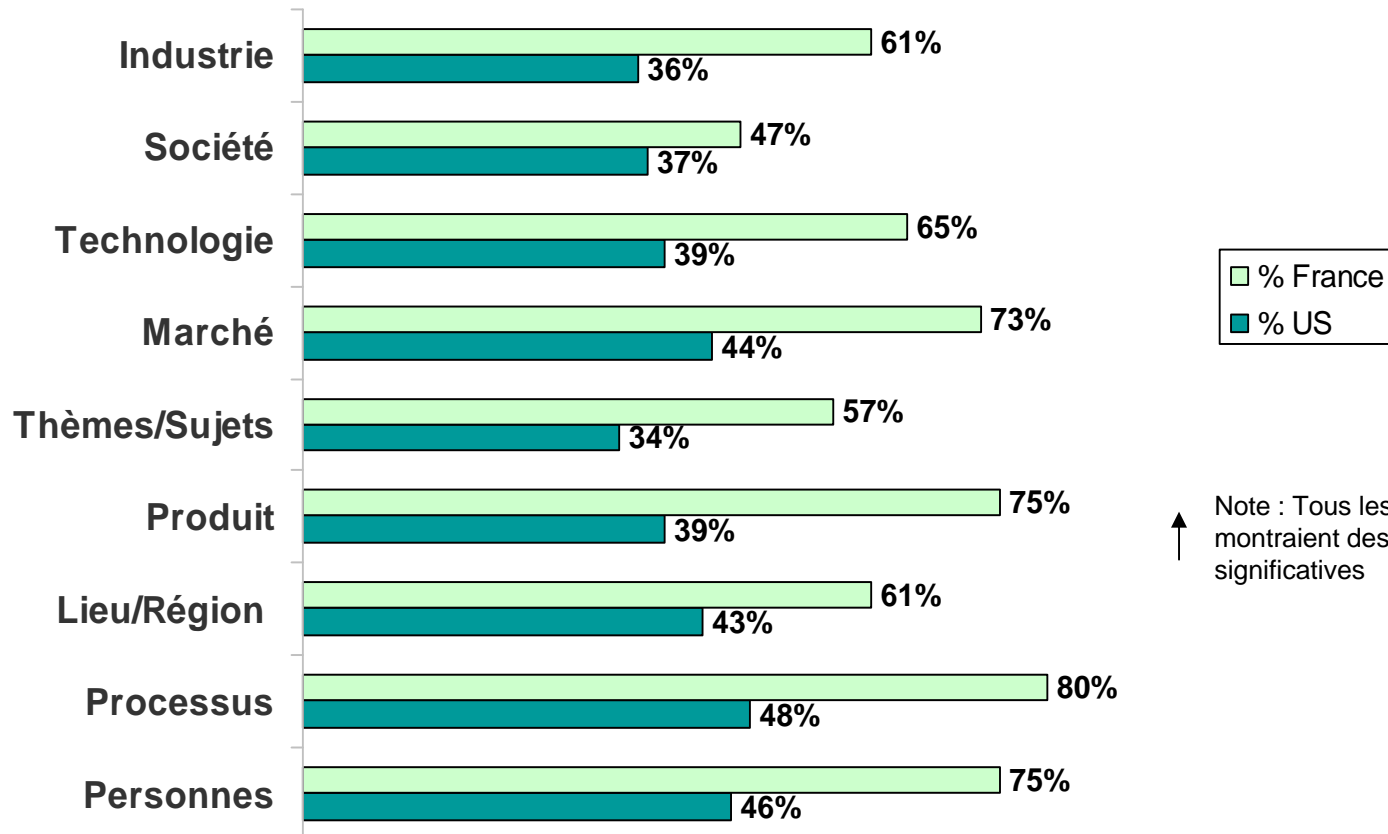
□ % France  
■ % US

% Très/Extrêmement Important  
Quel est le degré d'importance pour votre fonction des types suivants d'information? US (n=356) France (n=51)

# Type d'Information – Etude France vs. US

Les veilleurs Français qui ont répondu sont moins satisfaits des sources d'information et outils à leur disposition que les veilleurs américains

**% Pas très satisfait/Pas satisfait du tout des Sources / Outils d'information**



% Pas très satisfait/Pas satisfait du tout

Quel est votre niveau de satisfaction des outils et services qui sont actuellement à votre disposition pour trouver ce type d'information? US ( n=356) France (n=51)

# Sujets Nouveaux vs. Familiers – Etude France vs. US

La plupart des veilleurs professionnels qui ont répondu font des recherches à la fois des sujets nouveaux et des sujets familiaux encore plus que les veilleurs américains

Sujets Nouveaux vs. Familiers	France %	US %
Majoritairement nouveaux	8	12
Majoritairement familiaux	10	21
A la fois nouveaux et familiaux	82 ↑	66

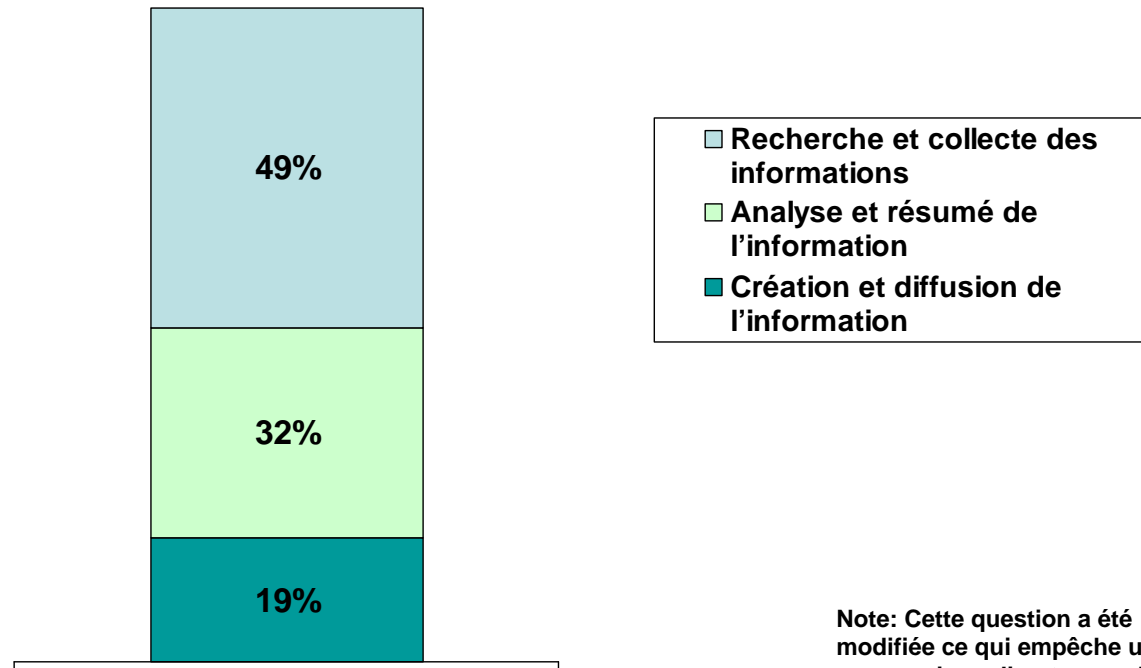
La flèche indique un résultat supérieur par rapport à celui de l'autre groupe

Les projets de recherche que vous menez sont majoritairement sur de nouveaux sujets, des sujets qui vous sont familiaux ou une combinaison des deux? US (n=356) France (n=51)

# Activités de Recherche

Les veilleurs français estiment qu'ils passent la moitié de leur temps total de recherche à rechercher et collecter de l'information. La création et la diffusion de l'information est l'activité à laquelle ils consacrent le moins de temps

## % du Temps Total de Recherche



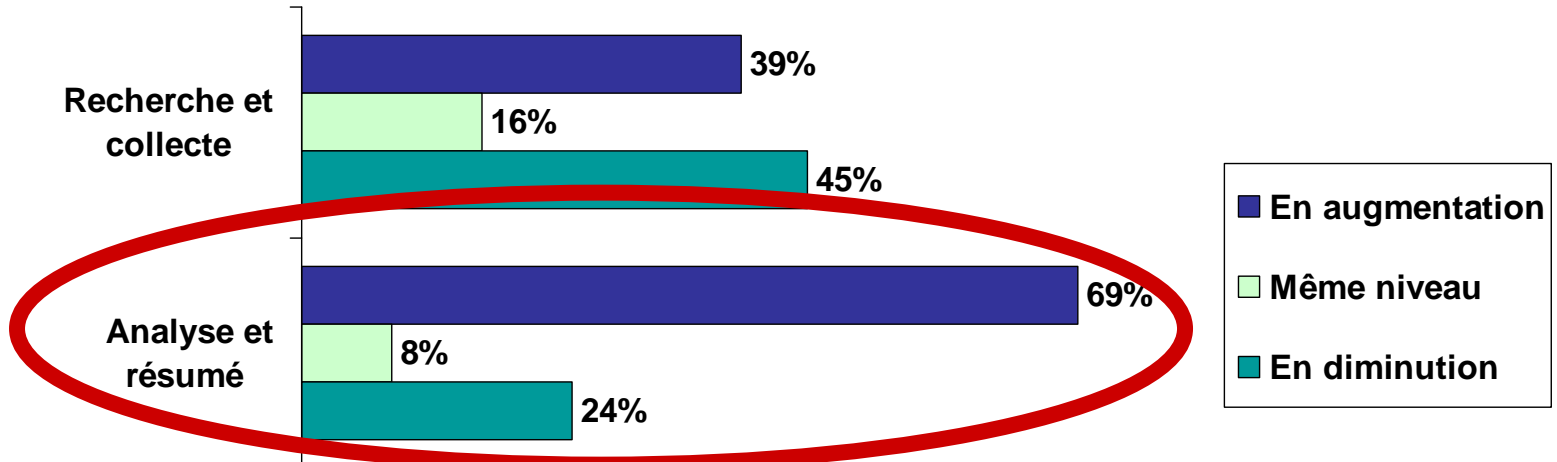
**Note:** Cette question a été modifiée ce qui empêche une comparaison directe avec l'étude américaine

Quand vous réalisez une recherche dans le cadre de votre fonction, approximativement combien de temps passez vous sur les activités de recherche suivantes?(n=51)

# Activités de Recherche – Tendances Futures

La plupart des veilleurs français pensent qu'ils feront plus d'analyses et de synthèses de l'information dans le futur. Près de la moitié déclare qu'ils feront plus de création et de diffusion de l'information et moins de recherche et de collecte d'information

**Activités Futures**

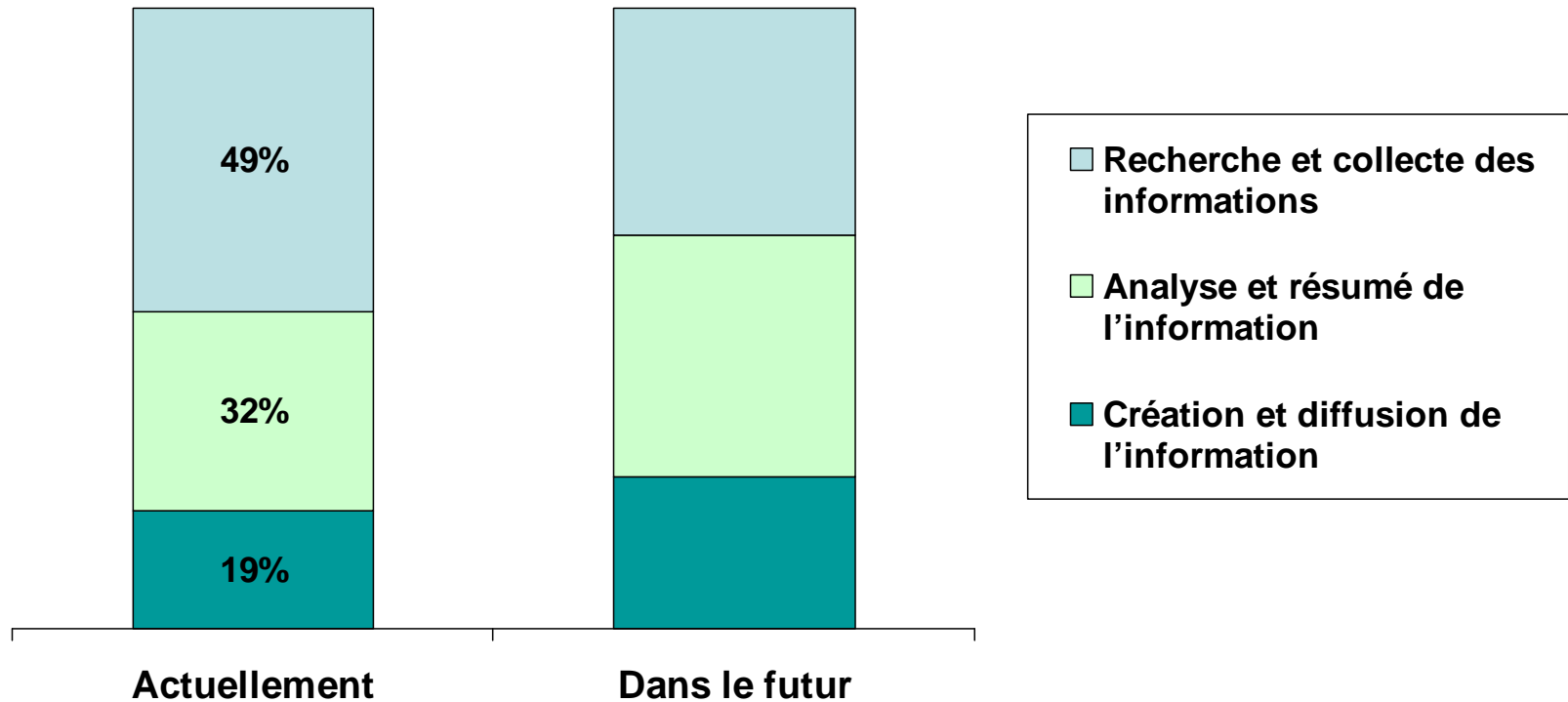


Note: Cette question a été modifiée ce qui empêche une comparaison directe avec l'étude américaine

Q21b Dans le futur, anticipez vous que vous ferez plus, moins ou la même quantité de ces activités de recherche dans le cadre des projets de recherche sur lesquels vous travaillez? Base: n=356

# Activités de Recherche – Tendances Futures

## % du Temps Total de Recherche



# Principaux défis

- Elaboration de la stratégie de recherche
- Agrégation d'informations disparates
- Manipulation d'un volume important de résultats
- Diffusion ciblée de l'information

Quel est pour vous l'aspect le plus complexe et / ou consommateur de temps du processus de recherche?(n=51)

# Enseignements

- Passer d'une liste de résultats à un plan d'action
  - **Découverte**
  - **Visualisation**
  - **Web sémantique**
  - **Intégration**