

MULTIMÉDIA

Aperçu du marché

L'Allemagne est le marché le plus florissant d'Europe en ce qui a trait aux produits de la technologie de l'information, dont l'équipement, les logiciels et les services multimédias. La valeur du marché potentiel de l'Europe s'établit à 520 milliards d'euros, soit 705 milliards de dollars. On estime que l'Allemagne compte pour 21 % du marché européen total; elle constitue donc un marché extrêmement important pour les entreprises canadiennes.

On trouve en Allemagne quelque 3 000 producteurs de multimédia, présents dans toutes les branches de ce secteur d'activité. Il semble toutefois y avoir une concentration d'entreprises dans le domaine de la création, de la construction et de l'hébergement de sites internet pour les entreprises. Ces agences multimédias, comme on les appelle généralement, offrent une gamme complète de services à leurs clients. Les villes de Munich, de Hambourg, de Cologne et de Berlin sont de véritables centres de créativité et de production dans le domaine du multimédia.

Le développement d'applications de commerce électronique et l'émergence de la télévision interactive sont actuellement des tendances clés de l'industrie. On prévoit que les consommateurs allemands continueront de faire du commerce électronique et qu'ils feront de plus en plus d'affaires en ligne. En fait, l'Allemagne est actuellement le pays européen où l'on utilise le plus les services bancaires en ligne; plus de 10 millions d'Allemands sont titulaires d'un tel compte. Au total, environ 18 millions d'Allemands sont actuellement branchés sur internet. Selon les prévisions, toutefois, ce nombre atteindra 40 millions en 2004. Une déréglementation plus poussée du marché allemand des télécommunications fera chuter le prix de l'accès à internet et encouragera plus de consommateurs à se brancher. Selon les spécialistes de l'industrie, le volume des transactions en ligne en Allemagne atteindra 406 milliards d'euros (550 milliards de dollars) en 2004.

On considère l'émergence de la télévision interactive en Allemagne comme tout aussi prometteuse. Bien que l'Allemagne ne vienne qu'au huitième rang de l'Union européenne en ce qui a trait au taux d'accès à la télévision numérique, cette nouvelle technologie devrait tôt ou tard faire son apparition dans la majorité des foyers allemands. Grâce à l'arrivée sur le marché des PMD (systèmes d'exploitation multimédias domestiques) comme structure commune permettant le développement plus poussé d'applications de télévision interactive, de puissants logiciels pouvant être utilisés dans les boîtiers intégrés font peu à peu leur apparition sur le marché. Après qu'auront été résolues toutes les difficultés techniques qu'éprouve la télévision interactive, les experts de l'industrie sont convaincus qu'on s'intéressera moins aux aspects technologiques de la

question et plus au contenu. On prévoit que la valeur du marché potentiel des applications de télévision interactive en Allemagne se chiffrera à 8,5 milliards de marks allemands (5,7 milliards de dollars) en 2005.

Enfin, le marché allemand de la formation assistée par ordinateur (FAO) connaît lui aussi une croissance soutenue. Selon une étude publiée récemment, un nombre grandissant d'entreprises allemandes du multimédia, y compris les dix plus importants producteurs de multimédia en Allemagne, œuvrent sur ce marché. Ces chiffres mettent en évidence l'énorme demande d'applications de FAO par les particuliers et les entreprises en Allemagne. Les applications sur CD-ROM sont particulièrement appréciées du public. Elles comptent déjà pour 20 % des nouvelles publications présentées chaque année au plus important salon du livre au monde, à Francfort. Selon les experts de l'industrie, le chiffre d'affaires des fournisseurs allemands de FAO passera de 9 millions de marks allemands (6,1 millions de dollars) en 1997, à 120 millions de marks allemands (81 millions de dollars) en 2002.

Selon l'Observatoire européen des technologies de l'information (OETI), les secteurs des logiciels et des services sont ceux dont le potentiel de croissance est le plus élevé en Europe de l'Ouest. En Allemagne, cette affirmation est appuyée par le fait que 60 % des petites et moyennes entreprises allemandes sont actuellement présentes sur internet, mais que seulement 9 % de ces sites permettent le commerce électronique. Afin que cet écart soit comblé, il sera nécessaire d'élaborer un contenu novateur et de développer de nouveaux logiciels d'application pour le commerce électronique.

Bien que l'Allemagne soit encore à quelques années d'une véritable percée dans le domaine de la télévision interactive, les principales entreprises allemandes se préparent à s'emparer du marché. La convergence des applications sur ordinateur et des applications télévisuelles qui se prépare contribuera sûrement à créer une série de nouveaux débouchés dans le domaine du contenu créatif. L'aspect divertissement est prédominant et il nécessitera le développement de logiciels de loisir interactifs et de jeux de simulation en ligne.

Le secteur de la FAO est en croissance mais reste sous-développé comparativement au marché nord-américain. Toutefois, les entreprises allemandes étant de plus en plus conscientes de la rentabilité de former leurs employés grâce à la formation assistée par ordinateur, les fournisseurs de tels services ont la possibilité de se créer des créneaux commerciaux. Il existe des débouchés aussi bien pour les applications autonomes, comme sur CD-ROM, que pour les solutions en ligne (c'est-à-dire sur internet).

