

GMID, buisson-ardent d'Euromonitor

La base de données GMID d'Euromonitor est une source hors pair de données macro-économiques et analyses des marchés mondiaux de la grande consommation, qui ne se limitent pas loin de là à l'Europe. Elle inclut de puissants outils d'analyse on-line dans un cadre convivial et didactique.

Euromonitor, entreprise britannique, implantée à Chicago et Singapour est née en 1972. Elle est très respectée pour ses données sur les biens de consommation, les études de style de vie, le regroupement des informations macro-économiques et propose des statistiques très pertinentes sur des secteurs clé, comme l'IT et les télécommunications. 500 chercheurs dans le monde analysent pour elle les marchés au niveau national. "One stop shop", elle a des informations comparables sur plus de 200 pays au monde.

Une grande variété d'utilisateurs s'intéresse à sa base de données GMID (Global Market Information Database). Elle a parmi ses clients des bibliothèques commerciales (Info centre, knowledge managers, etc.), Bibliothèques Nationales (BNF), Ecoles de commerce et Universités (HEC, INSEAD, ESSEC, EM Lyon et la plupart des écoles "MBA" du monde), des agences de promotion du commerce (comme Invest UK, CFCE, Chambres de commerce, etc.), des agences gouvernementales (Ministères), de grandes sociétés (producteurs des biens de consommation courants), des banques et consultants (BNP, Crédit Agricole, McKinsey, UBS Warburg, etc.), des agences publicitaires, etc..

Voici en bref le contenu de GMID:

- Statistiques macro-économiques et données d'infrastructure pour 205 pays (1977-2015)
- Chiffres de ventes et prévisions de vente (volume & valeur) pour 330 produits dans 52 pays (1998-2008)
- Données statistiques & analyses des modes de vie pour plus de 70 pays
- Données statistiques & analyses sur le secteur de la vente au détail dans 52 pays
- Profils détaillés des sociétés de la grande consommation (part de marché, chiffres financiers, etc..)
- Plus de 3,500 études sur 52 marchés clés à travers 16 secteurs de la grande consommation.
- 35,000 sources d'informations.

GMID contient 2000 types de données dans 11 catégories : automobile et transport, marchés de grande consommation, indicateurs économiques, commerce extérieur, marchés industriels, IT et télécommunications, loisirs et style de vie, population et foyers, ressources et environnement, détail, marchés de service.

Plus qu'une source de données, GMID inclut de puissants outils d'analyse on-line qui permettent de manipuler les statistiques, de créer de nouveaux ensembles de données et construire des profils customisés pour convenir aux besoins de sa recherche : outils de conversion des monnaies, des valeurs courantes (nominales) et valeurs constantes (réelles), les données per capita et par foyer, le classement des données pour comprendre les marchés les plus importants, les plus petits, ceux qui croissent le plus vite, etc..

L'utilisateur a la possibilité de faire des comparaisons entre pays, regarder les taux de croissance, créer ses propres études et tableaux, exporter ses résultats en Excel/Word/PDF.

La présentation de GMID est très conviviale. Une série de boutons et d'icônes sur lesquels on clique permettent de naviguer en profondeur dans les statistiques. Il existe plusieurs approches, par géographie, par catégories ou la recherche par mots. Indicateurs des profils de pays, données socio-économiques, rapports de marché, sélection produit, sélection géographie, sont simultanément présents à l'écran au cours de sa recherche.

Mireille Boris