

**Troisième partie - Un marché de courtage en information sans profession de courtier  
en information**

Nous avons, au cours de la partie précédente détaillé l'activité de courtage en information, qui, en tant qu'activité de service, est caractérisée par son hétérogénéité du fait de la volonté des prestataires de s'adapter le mieux possible aux besoins divers et variés des clients. Des échanges marchands parviennent donc à s'établir entre offreurs et demandeurs d'information résultant notamment de cette adaptabilité des prestations de courtage.

Il convient maintenant d'apporter un double éclairage à ce marché, économique et stratégique d'une part, en focalisant notre attention sur les offreurs et sur leurs positionnements stratégiques en fonction du niveau des prestations que nous avons défini auparavant, et un éclairage sociologique d'autre part, en tentant de mettre au jour les tendances professionnelles identifiables au sein de ce marché.

Aussi, nous entamerons cette première partie en déterminant la structure de marché à laquelle correspond le courtage, afin de souligner la façon dont il fonctionne, puis nous nous attacherons à mettre en évidence la dynamique de cette offre du fait des positionnements stratégiques adoptés par les prestataires (Chapitre 7). Ensuite, nous examinerons qui sont les professionnels qui fournissent cette activité, en nous interrogeant sur la place d'une profession de courtier en information et sur ses perspectives d'évolution (Chapitre 8). Enfin, nous montrerons que le marché du courtage est, en fait, un marché sans profession de courtier (Chapitre 9).