

Conférence de presse annuelle UBCS

19 octobre 2011

Résumé de l'exposé de Dr. Stefan Schuppisser, ZHAW

Baromètre stratégique PME 2011

Le baromètre stratégique des PME se fonde sur une enquête réalisée auprès d'entreprises sélectionnées de façon aléatoire et issues de sept clusters sectoriels (sans prestataires financiers). 76.5% des 323 entreprises participant à l'enquête emploient moins de 249 collaborateurs. L'enquête s'est déroulée en juin 2011 (taux de change moyen euro/franc pendant le mois de l'enquête = 1.21 CHF/€). Les entreprises ont été interrogées sur leur orientation stratégique ainsi que sur leur activité stratégique au sein de l'entreprise.

Environnement concurrentiel

La crise économique des 2-3 dernières années ainsi que la crise actuelle de la dette en Europe, allant de pair avec une faiblesse de l'euro, affectent de manière très diverse les PME suisses. Ceci, selon leur appartenance sectorielle et en fonction de leur orientation sur le marché intérieur ou l'exportation. Ainsi, l'industrie des biens d'équipement est fortement touchée alors que des secteurs tels que la construction, les services liés aux entreprises ainsi que notamment les domaines de la santé, du social et de l'éducation sont moins affectés par la crise.

Les évolutions perçues par les entreprises au niveau de leur environnement concurrentiel ne révèlent donc pas uniquement l'existence d'une pression croissante en termes de rentabilité. Une pression qui est principalement perceptible dans les entreprises à vocation exportatrice et se manifeste sous la forme d'une pression croissante exercée sur les marges, les clients et les fournisseurs. Il existe en effet d'autres signes annonçant des défis liés à la maîtrise de la croissance. Ainsi, pour la majorité des entreprises – et notamment pour celles orientées sur le marché intérieur – le recrutement de personnel qualifié constitue le plus grand défi des 1-3 prochaines années.

Profil

Dans tous les secteurs, c'est le haut niveau de qualité qui figure au premier plan en tant que dimension de profil d'une entreprise. Occupant la deuxième place, les courts délais de livraison et la grande fiabilité sont souvent considérés comme des paramètres forts influents dans le cadre de la pression croissante exercée sur les marges, les clients et les fournisseurs. Le fait de vouloir se profiler au moyen d'une politique de bas prix occupe de loin une importance moindre.

Orientations stratégiques – Portefeuille d'affaires

Plus de 40% des entreprises déclarent que le développement de leur métier de base, ainsi que la création de produits destinés à leurs clients existants, ont une grande importance. S'agissant de la consolidation ou la réitération de la focalisation sur leur cœur de métier, elles sont tout juste plus de 30%. Les orientations axées sur l'expansion sont globalement les «gagnantes en pertinence» dans le contexte de la crise économique des 2-3 dernières années.

Orientations stratégiques – Chaîne de création de valeur

Pour la majorité des entreprises, l'accroissement de la qualité des processus figure de loin au premier plan. Avec la réduction des coûts de production et des coûts administratifs, les entreprises donnent une réponse à la pression croissante en termes de rentabilité, tout en considérant qu'une extension des activités de marketing et de distribution soit hautement pertinente. Ces quatre axes stratégiques ont simultanément pris plus d'importance au cours de la crise économique des 2-3 dernières années, aux yeux de la plupart des entreprises également.

Orientations stratégiques – Facteurs de qualification professionnelle

Près de 55% des entreprises attachent une grande importance à l'enseignement et à la formation continue des collaborateurs. Elles sont nettement plus nombreuses que les 20% d'entre elles qui considèrent que le recrutement de personnel qualifié étranger est très important pour la Suisse. L'enseignement et la formation continue des collaborateurs ainsi que l'extension du support informatique des activités commerciales ont pris de l'importance du point de vue d'environ 17% des entreprises.

Orientations stratégiques – Formes externes du développement de l'entreprise

Pour les entreprises interrogées, l'intensification de partenariats au niveau de la production/élaboration de prestations ainsi que de la distribution se situent au premier plan, cependant qu'environ une entreprise sur cinq déclare que les partenariats de production ont une importance croissante dans le contexte de la crise économique des 2-3 dernières années.

Activité stratégique

Un processus stratégique régulier et systématique est mis en œuvre dans un peu plus d'un tiers des entreprises. Plus l'entreprise est grande - mesurée au nombre de ses collaborateurs - plus elle est susceptible de suivre un tel processus stratégique. L'analyse entrepreneuriale est citée comme l'activité la plus importante dans le processus stratégique. Avec l'analyse des conditions de marché, elle a pris davantage d'importance dans le contexte de la crise économique des 2-3 dernières années.