



EUROBAROMETER

Innobaromètre

Résumé et Commentaires

Terrain : septembre 2003

Publication : février 2004

Sondage commandité par la Direction Générale « Entreprise » et coordonné par la Direction Générale « Presse et Communication »

Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne.
Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que les auteurs.

FLASH EUROBAROMETRE 144

“INNOBAROMETRE”

Réalisé par EOS Gallup Europe à la demande de la Commission européenne :

La Direction Générale « Entreprise »

Sondage géré et organisé par la Direction Générale « Presse et Communication »
(Sondage d'Opinion, Revues de Presse, Europe Direct)

Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne. Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que ses auteurs.

SONDAGE : septembre 2003

RESUME ET COMMENTAIRES : janvier 2004

Résumé et Commentaires

PARTIE 1: PRINCIPAUX RESULTATS

"L'innovation en 2003: l'expérience et les priorités des managers européens", tel était le sujet du dernier sondage Innobaromètre mené en septembre 2003 pour la Commission européenne (Direction Générale Entreprise) dans les 15 Etats membres de l'Union européenne selon le système de sondage d'opinion Flash Eurobaromètre.

Comme en 2001 et en 2002, l'objectif était de sonder l'opinion des dirigeants européens sur les besoins de leurs entreprises en matière d'innovation, leurs investissements dans l'innovation et les résultats obtenus. Par ailleurs, l'enquête a également porté sur les facteurs stimulant l'innovation, l'impact du marché sur l'innovation ainsi que le développement de nouvelles approches de gestion de l'innovation. L'enquête visait aussi à évaluer de quelle manière le Marché unique pouvait bénéficier encore plus aux entreprises dans l'Union européenne.

Les avis des dirigeants peuvent être synthétisés de la manière suivante:

Parts croissantes d'entreprises de l'Union européenne s'engagent dans des activités d'innovation de 2002 à 2003:

- En général, près de quatre entreprises sur cinq ont introduit des produits ou services nouveaux ou renouvelés sur les deux dernières années.
- La catégorie des *"big investors"* (gros investisseurs) dont l'investissement dans l'innovation correspond à "51% ou plus" du total des investissements représente actuellement 14% des entreprises et seule une entreprise sur dix n'a pas effectué d'investissements dans l'innovation au cours des deux dernières années.
- Le secteur de la fabrication constitue la part relativement la plus élevée des entreprises qui consacrent plus de 50% de leurs investissements dans l'innovation. Les entreprises exportatrices et "plus jeunes" sont également susceptibles d'investir plus fortement dans l'innovation.
- Plus de six dirigeants sur dix sont optimistes concernant l'amélioration de leurs performances sur les deux dernières années, et ce avec une confiance très forte pour trois pays méditerranéens: l'Italie, l'Espagne et la Grèce.

Les consommateurs sont essentiels à l'innovation; leurs besoins et leur accessibilité sont les moteurs de l'innovation:

- La réponse aux besoins des consommateurs représente le facteur le plus stimulant pour inciter les entreprises à innover, un élément classé à la première place par 35% des dirigeants de l'Union européenne : ce facteur semble être un motif particulièrement important pour les grandes entreprises, celles actives dans le secteur des services ou les entreprises qui sont établies depuis moins de 10 ans.
- Le plus important besoin insatisfait lié à l'innovation pour les dirigeants de l'UE est l'accès aux clients et/ou marchés innovants, c'est le cas pour 37% des sondés.

Le soutien du personnel se révèle exceptionnel:

- Le personnel d'entreprise semble apporter un soutien exceptionnellement élevé, un point confirmé par une moyenne de 88% des dirigeants de l'UE et jugé comme le facteur le plus satisfaisant intervenant dans l'effort d'innovation. Un épais brouillard semble envelopper le rôle des Institutions européennes dans l'innovation et les organes nationaux attribuant les brevets.

L'importance continue de la coopération avec les fournisseurs et les utilisateurs:

- 86% des dirigeants d'entreprise sont plutôt satisfaits de leur collaboration avec leurs fournisseurs ou clients dans l'optique de déboucher sur des technologies de pointe. Un dirigeant sur deux est plutôt satisfait du R&D interne comme moyen d'accéder aux technologies de pointe. Le transfert de technologie au moyen de contrat de recherche (coopération avec les universités et les spécialistes en R&D) ne semble pas être satisfaisant au niveau de l'Union européenne.
- Le renforcement des relations avec le fournisseur/utilisateur reste la principale priorité pour 23% des dirigeants de l'UE dans leurs nouvelles approches de gestion de l'innovation. Toutefois, l'innovation s'intègre dans une stratégie globale et ne constitue pas simplement une amélioration spécifique autonome.
- Les dirigeants préféreraient clairement être conseillés sur les méthodes de gestion par des consultants privés externes plutôt que par des centres consultatifs publics ou semi-publics, par exemple.

La globalisation des marchés est une opportunité pour l'innovation et une majorité de dirigeants sont optimistes concernant les rendements de futurs efforts innovants:

- Le défi de l'impact du délai de commercialisation (time to market) devrait inciter les entreprises à innover: 90% des dirigeants d'entreprise conviennent que les entreprises doivent continuer à innover, étant confrontés à des délais de mise sur le marché de plus en plus courts depuis le moment de la conception d'un nouveau produit ou service jusqu'à son lancement sur le marché.
- La grande majorité des entreprises de l'Union européenne est déjà convaincue de la nécessité d'innover: 86% des dirigeants interrogés considèrent le marché sur lequel leur entreprise est active comme un stimulant poussant les entreprises à innover. Alors que le marché encourage les entreprises à innover, il rétribue aussi les efforts d'innovation: 54% des cadres considèrent que le marché sur lequel leur entreprise est active sera de plus en plus réceptif aux produits innovants.
- Près de trois dirigeants sur quatre dans l'Union européenne conviennent que l'ouverture des marchés internationaux sur les biens, services, capitaux, technologies et ressources humaines est une opportunité pour l'innovation. Dans chaque Etat membre, une majorité de dirigeants estime que la globalisation des marchés est une opportunité pour l'innovation.

La dimension européenne: attitudes positives envers le Brevet communautaire et de meilleures réglementations:

- L'enthousiasme concernant l'efficacité d'un Brevet communautaire est partagé par 58% des cadres qui estiment que ce Brevet serait "efficace" pour inciter les entreprises en général à innover et 46% pensent que ce serait un moyen "efficace" pour leur propre entreprise. En plus, les degrés d'incertitude sont disséminés à travers les Etats membres avec une grande partie des dirigeants étant souvent incapables d'exprimer une opinion à ce sujet.
- Les dirigeants considèrent que le marché unique européen est un moteur important pour l'innovation pourvu qu'il y ait une amélioration au niveau des réglementations et au niveau de l'accès à de nouveaux marchés innovants pour écouler les produits et les services.

L'Innobaromètre 2003 met donc en évidence la volonté des dirigeants de l'Union européenne de renforcer leur position concurrentielle par l'innovation. Dans un climat économique difficile, le rôle des marchés qui sont ouverts aux produits innovants prend une importance encore plus cruciale. Les dirigeants s'attendent à ce que leurs efforts d'innovation tirent particulièrement avantage de la dimension du marché de l'Union européenne ainsi que de ses directives communes.

L'impact d'un Brevet communautaire devrait être clarifié pour de nombreuses entreprises des Etats membres afin de récompenser réellement les efforts d'innovation des entreprises opérationnelles sur le marché unique. Des efforts permanents sont indispensables pour assurer le soutien et la gratification aux entreprises innovantes, ce qui amènera l'Union vers une économie innovante effectivement commune.

PARTIE 2: RESUME DES RESULTATS DE CHAQUE QUESTION

1. L'IMPORTANCE DE L'INNOVATION POUR LES ENTREPRISES

1.1. Part du chiffre d'affaires généré par les innovations

La part des entreprises dont une partie du chiffre d'affaires est générée par des produits ou services innovants a progressivement augmenté depuis 2001, ceci étant le cas pour environ quatre entreprises de l'UE sur cinq dans le dernier sondage.

Par rapport aux autres Etats membres, le nombre d'entreprises ne bénéficiant pas en termes de chiffre d'affaires des produits innovants est plus élevé en Belgique et en Grèce (près d'une entreprise sur trois pour les deux pays). Et cette tendance s'est accrue depuis septembre 2002. Alors qu'à l'autre bout de l'échelle, en Allemagne (14%) et au Danemark (15%), la proportion de "non-innovateurs" a diminué.

10% des entreprises peuvent être considérées comme fortement innovantes avec plus de la moitié de leur chiffre d'affaires généré par des innovations. Les entreprises établies depuis dix ans ou moins sont plus susceptibles de s'appuyer sur de produits ou services nouveaux ou renouvelés. De la même manière, les entreprises dont les exportations s'élèvent à plus de 50 % de leurs ventes sont plus disposées à être davantage innovantes.

1.2. Part des investissements canalisés dans l'innovation

Dans l'Union européenne dans son ensemble, seuls 11% des entreprises n'ont effectué aucun investissement dans l'innovation au cours des deux dernières années, ce qui correspond à une légère baisse depuis septembre 2002. Cependant, alors que la part globale d'entreprises ayant investi dans l'innovation a augmenté depuis 2001, la part des "plus gros investisseurs" (bigger investors) a reculé depuis ce moment-là. Autrement dit, les entreprises dont moins de 10% de leurs investissements sont consacrés à l'innovation ont augmenté alors que celles qui consacrent plus de 20% aux efforts d'innovation ont diminué sur la même période.

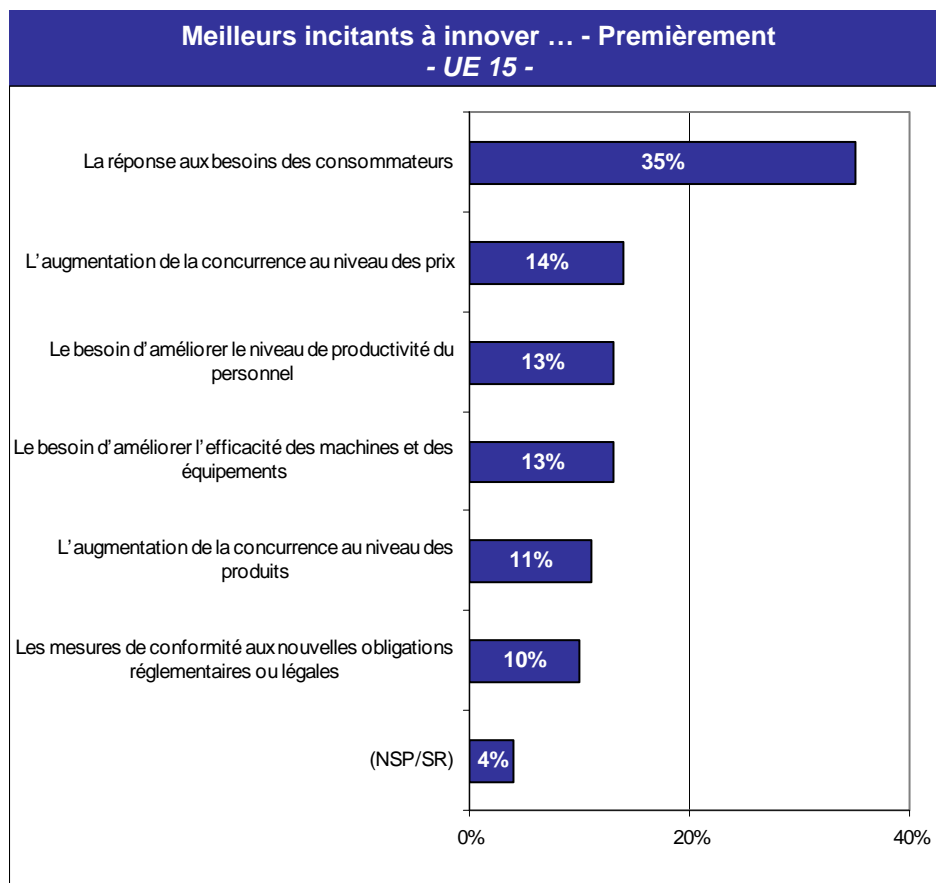
Les entreprises en Suède et en Espagne semblent être en bonne position pour récolter les avantages de l'innovation, avec une entreprise sur cinq consacrant plus de 50% de ses investissements aux initiatives d'innovation.

Comme c'était le cas en septembre 2002, les entreprises d'exportation, industrielles (fabrication) et/ou les entreprises plus jeunes semblent plus disposées à affecter une part relativement importante aux investissements d'innovation.

2. EVALUATION DE L'INNOVATION

2.1. Les forces endogènes et exogènes

"La réponse aux besoins des consommateurs" représente le facteur le plus motivant pour inciter les entreprises à innover, un point confirmé par 35% des dirigeants de l'Union européenne. La distinction entre d'autres stimulants potentiels est moins marquée avec des résultats allant de 14% pour "augmentation de la concurrence au niveau des prix" à 10% pour "les mesures de conformité aux nouvelles obligations réglementaires ou légales" (voir Fig.1 ci-dessous).



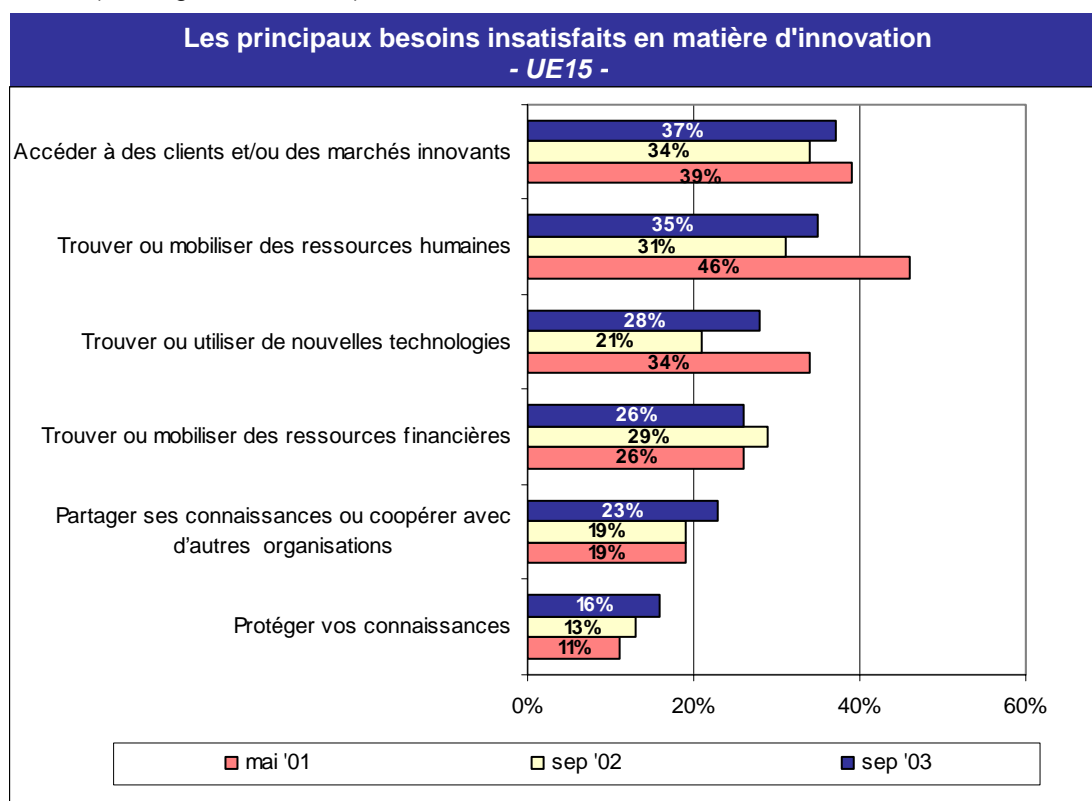
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 1

Les entreprises en Allemagne, Danemark et Autriche sembleraient être particulièrement axées sur le client avec plus de deux dirigeants d'entreprise sur cinq donnant la priorité aux "besoins du consommateur". Toutefois, dans tous les pays, à l'exception de l'Italie, une proportion plus forte de dirigeants perçoit les besoins du consommateur comme le stimulant le plus marquant pour l'innovation. L'Italie se distingue par un nombre important de dirigeants estimant que le "besoin d'améliorer l'efficacité des machines et des équipements" constitue le moteur d'innovation le plus convaincant.

"La réponse aux besoins des consommateurs" semble être un stimulant particulièrement fort pour innover dans le cas des entreprises comptant 250 employés ou plus, dans le secteur des services et/ou les entreprises établies depuis 10 ans ou moins.

2.2. Besoins insatisfaits des entreprises en matière d'innovation

Pour ce qui est des deux dernières années, il n'y a pas un besoin mais plutôt plusieurs besoins à satisfaire en matière d'innovation au sein des entreprises. Concernant l'Union européenne dans son ensemble, le classement des deux besoins insatisfaits arrivant en tête du classement est le même qu'en septembre 2002 mais il s'est inversé depuis mai 2001 (voir Fig. 2 ci-dessous).



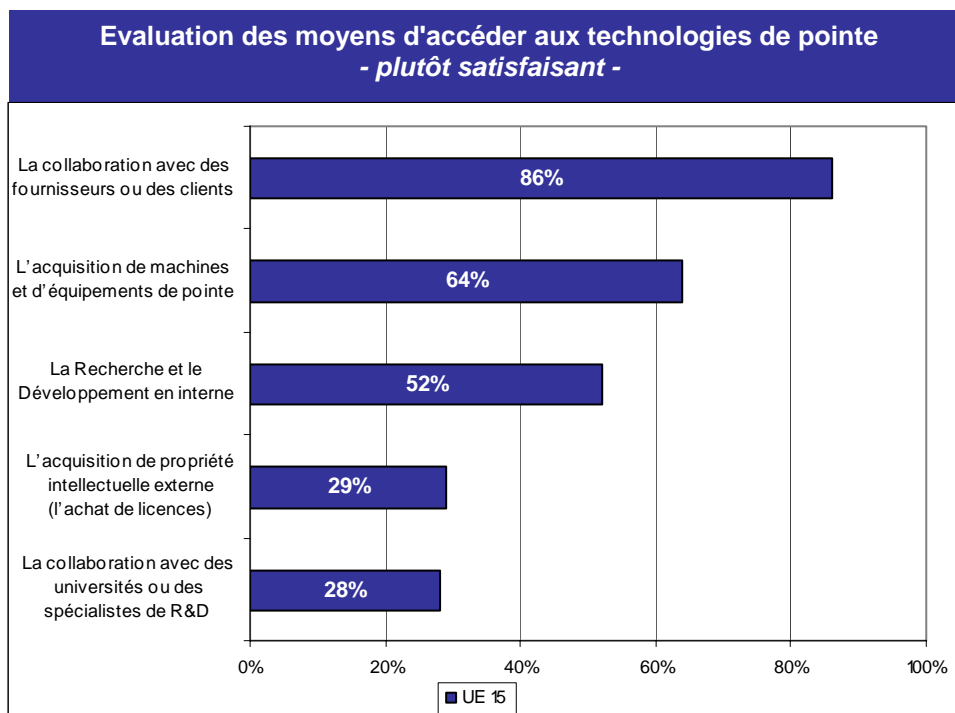
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 2

“Accéder à des clients et/ou des marchés innovants”, (37%) semble être le besoin le plus insatisfait en matière d'innovation dans les entreprises au sein de l'Union européenne et constitue la plus grande préoccupation des entreprises en Italie (52%) et aux Pays-Bas (49%). Le facteur “Trouver ou mobiliser des ressources humaines” en deuxième position (35%) apparaît le plus problématique en France et au Royaume-Uni (48% dans les 2 pays).

Les priorités se sont également inversées depuis septembre 2002 entre les positions trois et quatre: “Trouver ou utiliser de nouvelles technologies” (28%) est maintenant considéré comme plus important que de “trouver ou mobiliser des ressources financières” (26%). “Trouver ou utiliser de nouvelles technologies” paraît le plus problématique dans les pays du Benelux, ce point étant cité par plus d'un dirigeant sur trois dans chacun de ces pays. Comme c'était le cas en septembre 2002, la consolidation des finances reste un problème en Allemagne.

2.3. L'accès aux technologies de pointe

Il semble qu'il y ait un degré de satisfaction généralement élevé (86%) à propos de la “la collaboration avec des fournisseurs ou des clients” comme moyen d'accéder aux technologies de pointe avec des taux de succès particulièrement élevés en Autriche et au Royaume-Uni où le degré de satisfaction dépasse 90%. Généralement, dans l'Union européenne, cet élément paraît plus satisfaisant comme moyen d'accéder aux technologies de pointe pour les entreprises actives dans les services ou les entreprises établies depuis 10 ans ou moins.

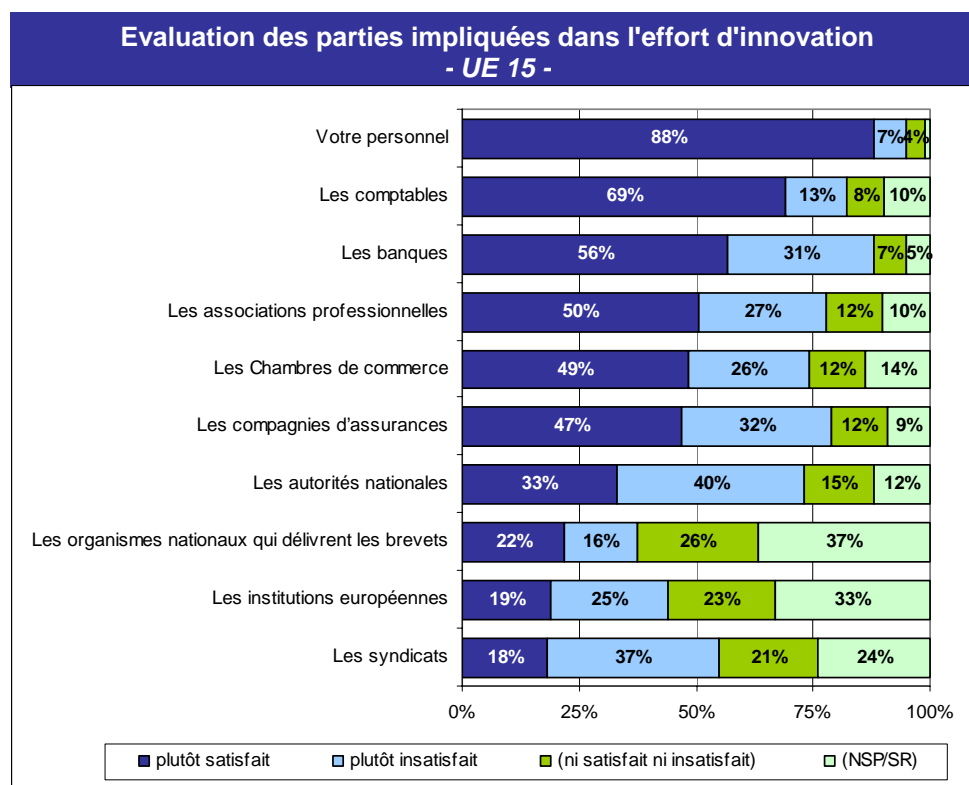


Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 3

A la deuxième place, nous trouvons un moyen plus classique, à savoir l'investissement de capitaux au travers de "l'acquisition de machines et d'équipements de pointe" avec 64% des dirigeants d'entreprise de l'UE confirmant qu'ils trouvent cela plutôt satisfaisant.

Un dirigeant sur deux est plutôt satisfait du R&D interne alors que le R&D externalisé ne semble pas satisfaire au niveau de l'Union européenne. Le R&D (tant interne qu'externalisé) est plus important dans les grandes entreprises (250 employés ou plus), les entreprises actives dans le secteur industriel (fabrication) et/ou les entreprises exportatrices.

2.4. Soutien des parties impliquées dans l'effort d'innovation



Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 4

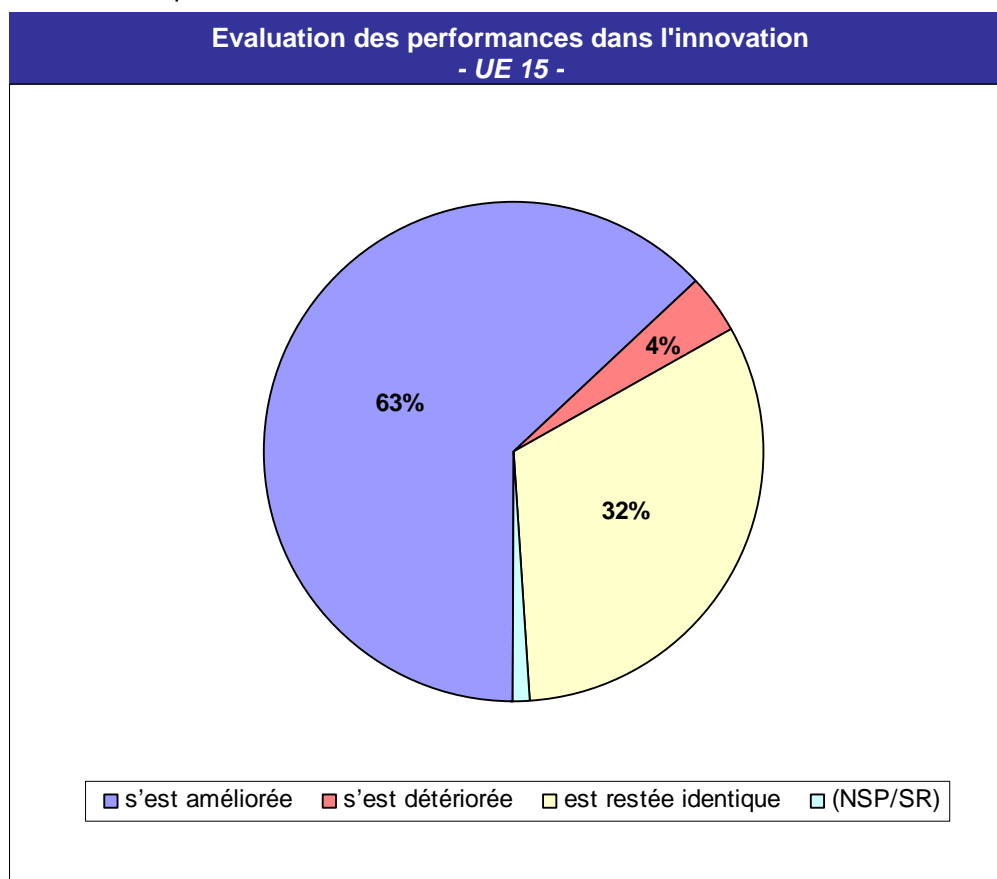
Dans l'Union européenne, les entreprises sont parvenues à des degrés très élevés de soutien (88%) de leur "personnel". Une partie relativement importante d'entreprises est plutôt satisfaite du soutien des acteurs financiers, tels que les "comptables" (69% sont plutôt satisfaits) et les "banques" (56% sont plutôt satisfaits). Cependant, des résultats hétérogènes ont été révélés au travers des Etats membres concernant les performances des "banques" avec un taux de satisfaction de 76% des dirigeants plutôt satisfaits au Royaume-Uni alors que 50% des managers en Allemagne se disent plutôt insatisfaits.

Les efforts menés par les Institutions européennes dans le cadre de la promotion de l'innovation semblent être largement inconnus, avec un dirigeant sur trois incapable d'émettre une opinion. Toutefois, les grandes entreprises de 250 employés ou plus et/ou les entreprises industrielles sont plus disposées à émettre un avis positif sur le soutien des Institutions européennes et les organes nationaux de brevets.

Les entreprises de construction et/ou les entreprises établies depuis plus de 30 ans sont généralement plutôt satisfaites du soutien des "chambres de commerce" et des "associations professionnelles" quand il s'agit d'innovation.

2.5. Performance globale de gestion

63% des dirigeants d'entreprise dans l'Union européenne sont positifs quant au progrès qu'ils ont accomplis en termes d'innovation au cours des deux dernières années.



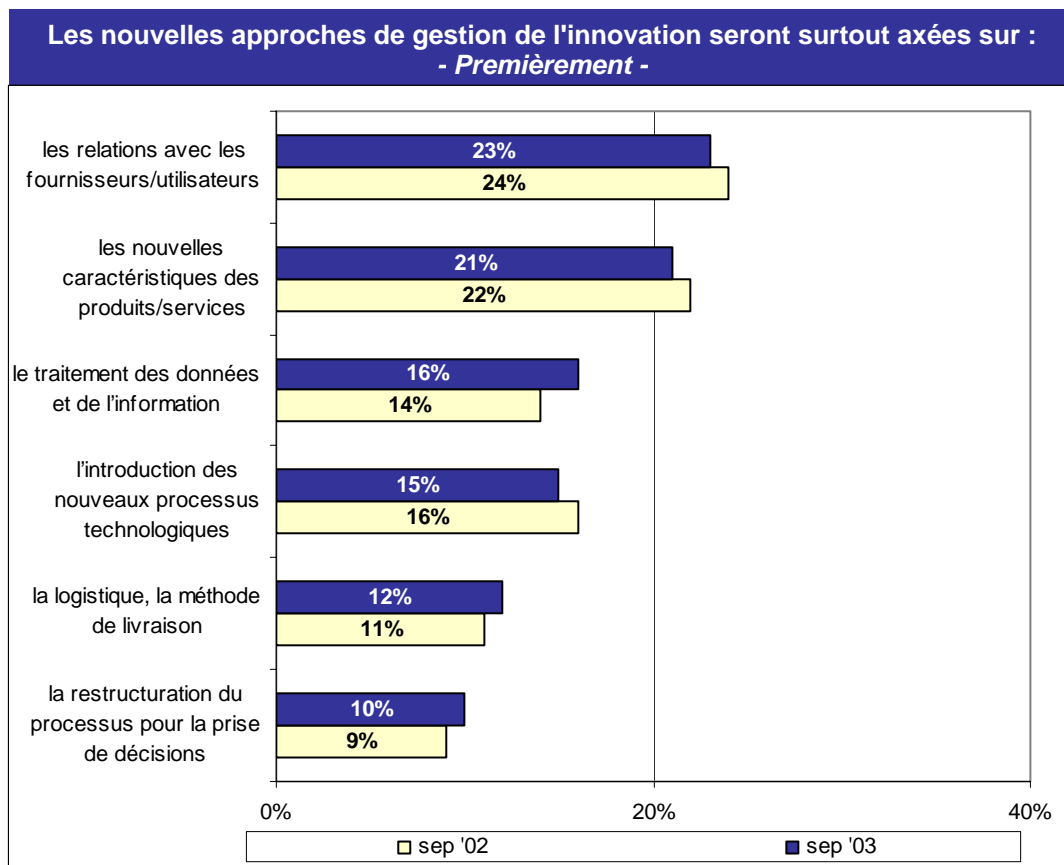
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 5

Il ressort que les cadres dans trois des pays méditerranéens (Italie, Espagne et Grèce) sont plus optimistes concernant le récent progrès accompli par leur entreprise en termes d'innovation, un élément confirmé par plus de trois dirigeants sur quatre par rapport à l'Autriche où les avis se partagent entre des performances en cours d'amélioration et des performances inchangées (44% pour les deux).

3. NOUVELLES APPROCHES ORGANISATIONNELLES ET MANAGERIALES

3.1. Accent sur de nouvelles approches de gestion de l'innovation

Le renforcement des relations avec le fournisseur/utilisateur reste la principale priorité pour 23% des dirigeants de l'UE dans leurs nouvelles approches de la gestion de l'innovation. En deuxième position, nous trouvons le point "nouvelles caractéristiques des produits/services". Comme l'illustre le graphique ci-dessous, les résultats restent plus ou moins inchangés par rapport à septembre 2002.

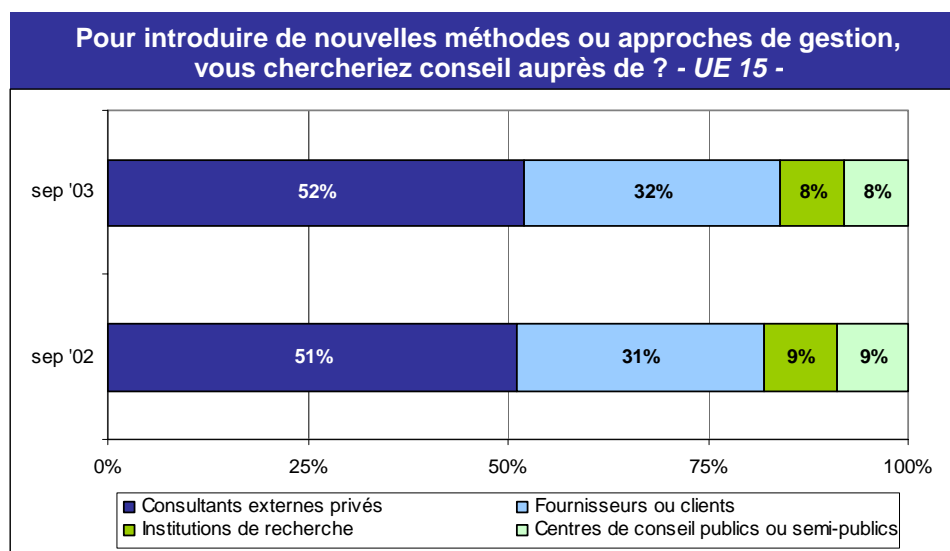


Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 6

Comme les premier et deuxième choix des dirigeants en septembre 2002 ont permis d'observer, il y a eu clairement des interdépendances dans les priorités de gestion en tête de classement concernant de nouvelles approches de gestion de l'innovation, ce qui tend à suggérer qu'ils perçoivent l'innovation plutôt comme une stratégie d'ensemble et non comme un progrès spécifique, indépendant.

3.2. Où rechercher des conseils pour élaborer de nouvelles approches de gestion?

Comme c'était le cas en septembre 2002, les dirigeants ont exprimé des préférences distinctes par rapport aux partenaires vers lesquels ils s'adresseraient pour obtenir des conseils sur l'introduction de nouvelles approches organisationnelles et managériales, avec une moyenne de 52% des dirigeants de l'UE marquant une préférence pour des "consultants privés externes" - un résultat qui n'a pas bougé depuis septembre 2002 (voir Fig. 7).



Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 7

Dans la plupart des Etats membres, les "consultants externes privés" ont la préférence d'une majorité relative des dirigeants. Les exceptions à ceci proviennent des Pays-Bas et du Royaume-Uni où un nombre plus important de dirigeants s'adresserait aux "fournisseurs ou clients" pour de tels conseils.

Comme en 2002, les grandes entreprises de 250 employés ou plus, les entreprises exportatrices et/ou les entreprises actives dans le commerce se tournent plutôt vers les "consultants externes privés" pour avoir des conseils sur de nouvelles approches de gestion de l'innovation.

4. IMPACT DU MARCHÉ SUR L'INNOVATION

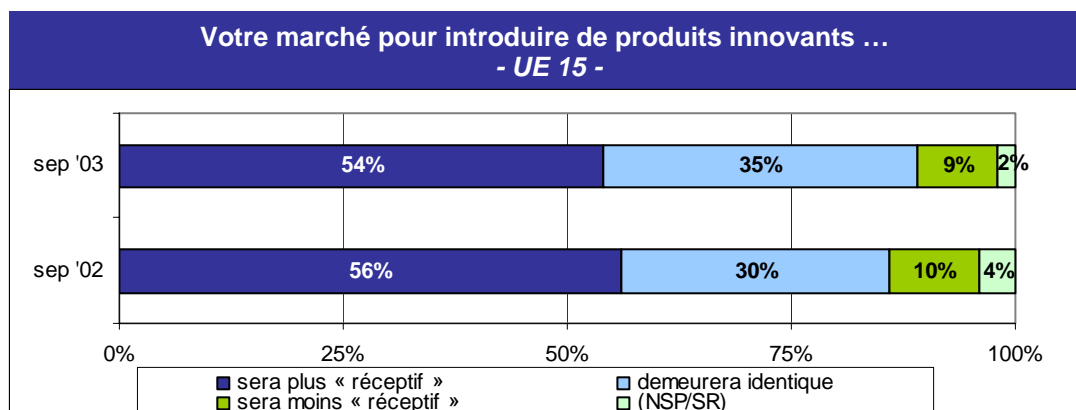
4.1. L'effet du délai de mise sur le marché

90% des dirigeants d'entreprise conviennent que les entreprises doivent continuer à innover étant confrontés à des délais de mise sur le marché de plus en plus courts depuis le moment de la conception d'un nouveau produit ou service jusqu'à son lancement sur le marché. Près de ou plus de sept dirigeants sur dix au Danemark, Portugal et Suède, "sont tout à fait d'accord" avec cette proposition.

4.2. Le marché comme force motrice de l'innovation

Pour l'UE dans son ensemble, 86% des dirigeants d'entreprise estiment que le marché sur lequel ils opèrent est une force poussant les entreprises à innover, dont 53% sont entièrement d'accord avec cette proposition.

Alors que la grande majorité des entreprises de l'Union européenne est clairement convaincue de la nécessité d'innover, elle est également optimiste quant aux futurs résultats issus de leurs efforts d'innovation, avec 54% d'entre eux estimant que leur marché "sera plus réceptif".



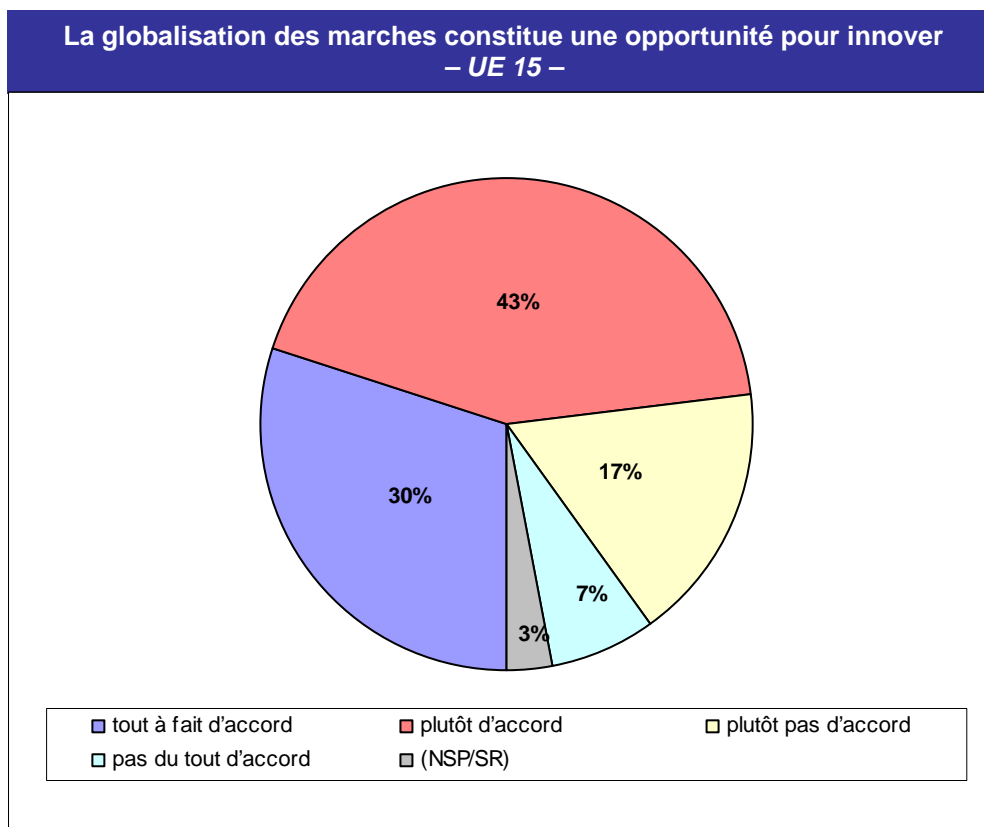
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 8

Comme en septembre 2002, les opinions les plus favorables sur l'ouverture prochaine du marché aux produits innovants se sont exprimées en Grèce (71%) et en Irlande (69%). Par ailleurs, les avis sont partagés au Royaume-Uni quant à savoir si le marché deviendra plus réceptif ou restera inchangé.

Les dirigeants d'entreprise de 250 employés ou plus sont plus convaincus du fait que le marché sera plus réceptif, confirmant ainsi la tendance qui se profilait en 2002.

4.3. Globalisation: une opportunité pour l'innovation?

Près de trois dirigeants de l'UE sur quatre considèrent la globalisation comme une opportunité pour l'innovation (dont 43% sont "tout à fait d'accord"). Dans chaque Etat membre, une majorité de dirigeants est d'accord avec cette proposition.



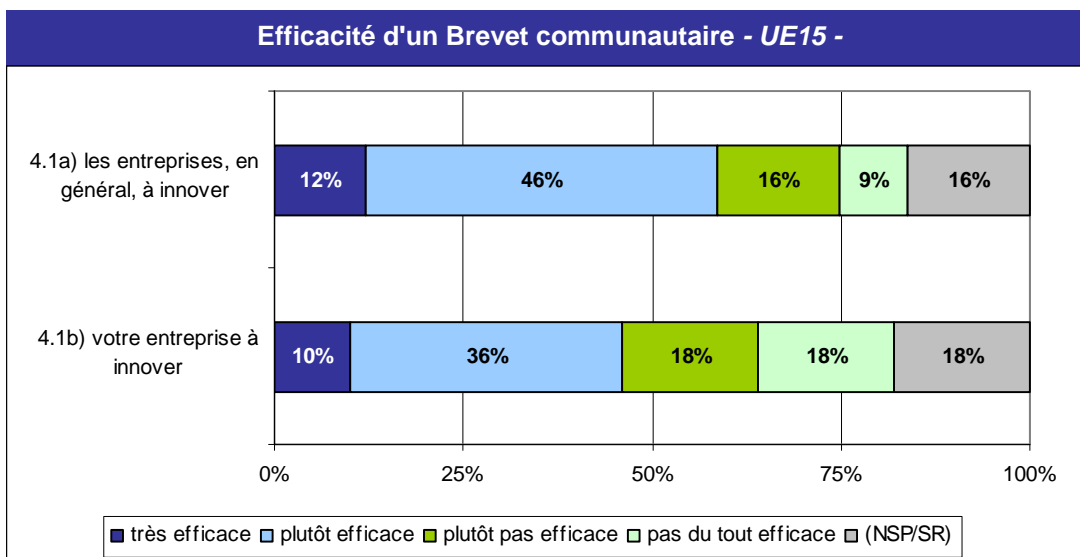
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 9

Le Danemark est le pays comptant la plus forte proportion de dirigeants "tout à fait d'accord", avec 54%. La France et la Suède sont les pays dont les taux d'insatisfaction générale sont les plus élevés avec respectivement 40% et 38%.

5. L'INNOVATION ET L'UNION EUROPEENNE

5.1. L'effet d'un Brevet communautaire

Pour l'Union européenne dans son ensemble, les dirigeants sont plus positifs sur l'efficacité d'un Brevet communautaire pour l'innovation destiné aux entreprises en général (58%) plutôt que pour leur propre entreprise (46%). Dans les deux cas, l'enthousiasme est quelque peu mesuré, avec près d'un dirigeant sur dix estimant qu'il sera "très efficace".



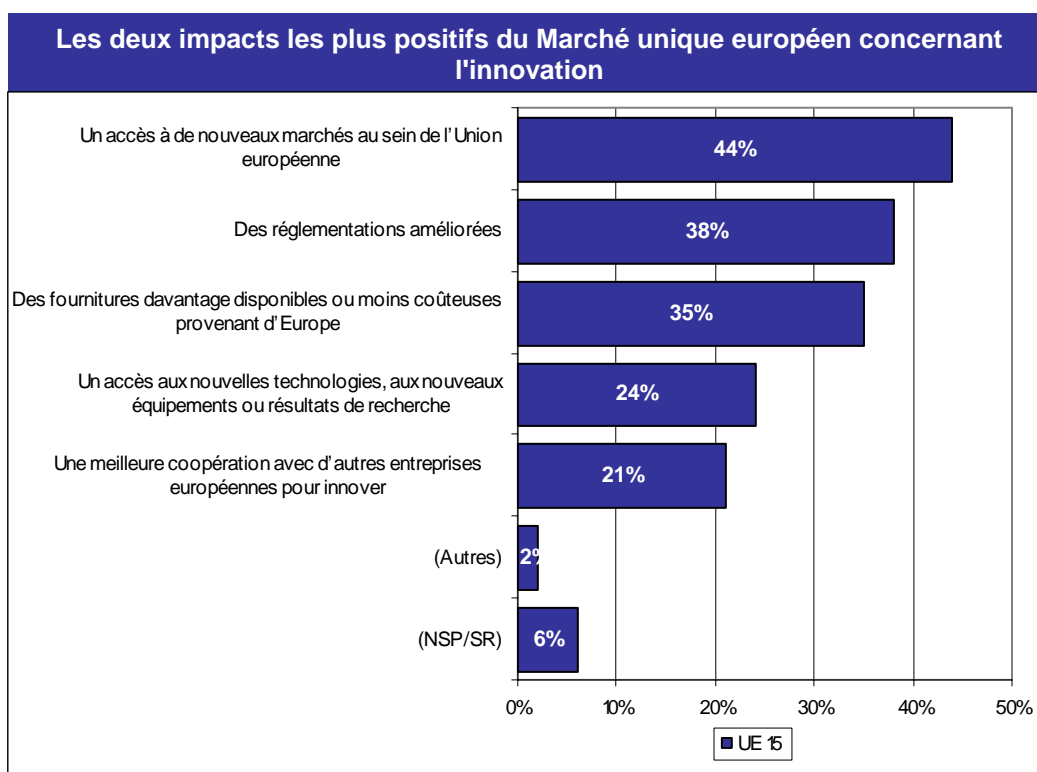
Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 10

La Grèce et l'Italie se placent en tête en termes de nombre de dirigeants d'entreprise estimant que le Brevet communautaire sera efficace pour les entreprises en général et aussi pour leur entreprise en particulier. Par contraste, la Finlande est en queue de peloton concernant les deux points, avec 12% à peine des dirigeants estimant qu'un Brevet communautaire sera efficace pour leur propre entreprise. Dans la plupart des Etats membres, un manque d'information semble être un problème pour de nombreux interrogés, incapables de donner une réponse.

Les cadres dans le secteur industriel ou, comme on peut s'y attendre, les entreprises actives dans l'exportation, sont plus convaincus de l'efficacité d'un Brevet communautaire pour les efforts d'innovation de leur propre entreprise.

5.2. L'impact du Marché unique sur l'innovation

Le Marché unique a créé une place de marché comptant près de 380 millions de personnes et, en mai 2004 avec l'adhésion de dix nouveaux Etats membres, ce marché regroupera près de 455 millions de citoyens. 44% des dirigeants estiment que l'accès à de nouveaux marchés facilitera l'innovation pour leur entreprise au cours des prochaines années, avec pas moins de 57% de dirigeants irlandais de cet avis. Les entreprises exportatrices, les entreprises de 250 employés ou plus ou les sociétés du secteur industriel (fabrication) sont plus disposées à percevoir la taille du Marché unique comme le facteur le plus positif en faveur de l'innovation.



Flash EB 144 – septembre 2003 – Fig. 11

Le sondage 2003 a également mis en évidence l'importance des *“réglementations améliorées”* sur le Marché unique pour encourager les innovations dans les entreprises. 38% des entreprises de l'UE estiment que c'est un des deux impacts les plus positifs sur le Marché unique européen pour leurs futurs efforts d'innovation.

La libre circulation des biens et des services débouche sur des *“fournitures d'avantage disponibles ou moins coûteuses provenant d'autres régions d'Europe”*, et 35% des dirigeants indiquent que cela bénéficiera à leur entreprise en matière d'innovation. 54% des entreprises en Finlande sont du même avis. Les PME, les entreprises dans la construction ou les sociétés qui n'exportent pas insistent, plus que d'autres, sur l'importance de cet aspect du Marché unique pour les innovations futures de leur entreprise.

De manière générale, les réponses à cette question montrent que les dirigeants considèrent que le marché unique européen, par sa taille et ses règlements communs, représente une force motrice importante pour l'innovation.