

01.02.2006 - 13:00 Uhr

PwC: Étude mondiale auprès de CEO: l'acquisition de clients plus importante que la réduction des coûts - Étude "PwC-CEO Survey 2006"

Zurich (ots) -

Les entreprises sont confrontées à la recherche de nouveaux clients dans des pays tels que le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine - un surcroît de réglementation est le plus important obstacle à l'extension

Deux-tiers des 1410 CEO interrogés sont convaincus que l'internationalisation aura un effet positif sur leur entreprise au cours des trois prochaines années. 64 % d'entre eux qualifient toutefois la sur-réglementation d'obstacle majeur au processus d'internationalisation. Pour 63 %, les barrières commerciales constituent le second obstacle. Pour 57 autres %, il s'agit de l'insécurité politique et pour 56 % des thèmes sociaux ainsi que pour 48 % du terrorisme. L'opposition organisée à l'internationalisation se place en fin de liste avec 21 %. Les entreprises connaissent une expansion dans le monde. Ce sont surtout le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine qui sont actuellement sur le devant de la scène. La réduction des coûts était à l'ordre du jour depuis trois ans ; elle est maintenant remplacée par l'acquisition de nouveaux clients et marchés. Telles sont, parmi d'autres, les estimations des CEO interrogés dans le cadre de l'étude mondiale "PwC-CEO Survey 2006".

La réduction des coûts n'est plus la motivation centrale incitant une entreprise à se développer dans le monde. Dans la nouvelle phase de l'expansion globale, les entreprises se concentrent sur l'acquisition et le suivi de nouveaux clients sur des marchés mondiaux en pleine croissance. Les économies populaires du Brésil, de la Russie, de l'Inde et bien entendu de la Chine (pays BRIC) ont été dans un premier temps considérées comme des sources de production bon marché. Aujourd'hui, elles représentent des possibilités de croissance considérables, tant pour les multinationales que pour les entreprises locales et apportent en même temps toute une série de nouveaux concurrents globaux à prendre au sérieux.

Un nouveau recentrage global: Brésil, Russie, Inde, Chine

71 % des CEO envisagent d'étendre d'ici trois ans leurs activités dans au moins un des pays BRIC. 78 % d'entre eux considéraient la Chine comme la plus grande opportunité entrepreneuriale, avant l'Inde (64 %), la Russie (48 %) et le Brésil (46 %). Simultanément, 52 % des CEO considèrent la Chine et 28 % l'Inde comme la principale menace pour d'autres marchés dans le sens d'une concurrence. Les CEO des pays BRIC voient des avantages concurrentiels dans la qualité et la productivité de leur main-d'oeuvre et dans leur stabilité politique et institutionnelle ainsi que dans la proximité des grands marchés de consommation. Ils veulent atteindre leurs objectifs stratégiques dans les pays BRIC par des activités différentes, la priorité revenant à la constitution d'alliances, suivie par l'ouverture de nouvelles succursales, le développement de produits uniques, l'externalisation, les fusions et les reprises ainsi que l'offshoring.

Le plus grand défi: surmonter la complexité

La complexité apparue du fait de l'accroissement du commerce intercontinental ainsi que des forces géopolitiques se renforce parallèlement à l'internationalisation. Selon 77 % des CEO, la complexité de leur entreprise a augmenté depuis trois ans. Les

résultats de l'enquête montrent toutefois que l'on n'a pas encore entièrement surmonté la complexité. Moins de 17 % des CEO ont jugé "très bonne" la façon dont ils sont venus à bout de la complexité. Pour 65 % d'entre eux, la complexité de l'entreprise augmente encore plus du fait de l'extension des activités à de nouveaux domaines et des fusions et reprises. En seconde place, on trouve, pour 58 %, le lancement de nouveaux produits et services. Les prescriptions nationales et internationales ainsi que les lois, activités de concurrents ou le changement des desiderata de la clientèle augmentent en outre la complexité. 97 % des CEO ont au moins un programme visant à réduire la complexité de leur organisation et 77 % ont cinq programmes ou plus qui vont dans ce sens. Les CEO axent leurs activités en vue de réduire la complexité en premier lieu sur les secteurs IT (84 %) et structure d'organisation (79 %).

Informations sur l'étude

Région de l'enquête:

Au total, 1410 interviews ont été menées dans 45 pays. 463 interviews l'ont été en Europe, 187 aux États-Unis (en Amérique du Nord plus 58 au Canada et 14 au Mexique), 301 en Amérique du sud, 56 dans les pays d'Asie et du Pacifique et en Afrique.

Enquête par branche:

17 % des entreprises interrogées sont des entreprises de services financiers, 14 % du secteur des technologies et des médias et 68 % du secteur de la production (fabricants de biens de consommation et de produits industriels, sociétés commerciales et détaillants).

Produit des entreprises interrogées:

Parmi les entreprises interrogées, 23 % ont réalisé des recettes supérieures à \$ 1 milliard, 10 % entre \$ 500 millions et \$ 1 milliard, 58 % moins de \$ 500 millions et 9 % n'ont pas fourni d'indication. Suivant les régions, la plus grande concentration d'entreprises avec des produits supérieurs à \$ 1 milliard se trouve dans les pays d'Asie et du Pacifique (34 %), suivis par l'Europe (30 %) et les États-Unis (16 %).

Contact:

Claudia Steiger
PricewaterhouseCoopers
Public Relations
E-mail: claudia.steiger@ch.pwc.com

L'étude peut être obtenue sous forme de fichier pdf auprès de Claudia Steiger.

??

??

??

??

3

CEO SURVEY06f.doc01.02.2006