

12.12.2012 - 09:30 Uhr

Etude Advisory 2012: Les entreprises suisses face à de profonds bouleversements

Zürich (ots) -

Les entreprises suisses évoluent dans un environnement de plus en plus tendu. L'exacerbation de la concurrence, la pression sur les prix et le changement de comportement des clients sont considérés comme les principaux défis à relever. Tel est le constat de l'étude Advisory 2012 d'Ernst & Young publiée pour la première fois. Pour survivre dans un contexte aussi incertain, les entreprises sont contraintes de revoir en profondeur leur modèle économique. Les processus de distribution, mais aussi les services chargés de l'informatique, des finances et des ressources humaines vont devoir être modifiés.

ZÜRICH, LE 12 DECEMBRE 2012 - Dans leur majorité, les entreprises suisses interrogées continuent de juger positivement l'actuelle évolution des affaires. Pourtant, à moyen terme, le sentiment d'insécurité grandit : pour les douze prochains mois, 10 pour cent des entreprises interrogées s'attendent déjà à une évolution négative à très négative de leurs affaires. Il ressort de l'étude Advisory réalisée pour la première fois par Ernst & Young auprès de plus d'une centaine d'entreprises suisses issues de branches sélectionnées, que ce sont surtout les banques, les entreprises du secteur de l'énergie et celles du commerce de détail et des biens de consommation qui regardent l'avenir avec scepticisme.

« A moyen et long termes, les entreprises s'attendent à rencontrer d'importantes difficultés. Les conditions-cadres de nombre de branches changent du tout au tout. Ce sont surtout l'exacerbation de la concurrence et la pression sur les prix ainsi que les changements de comportement des clients qui posent problème aux entreprises. En outre, les nouvelles réglementations donnent du fil à retordre aux banques, compagnies d'assurances et entreprises du secteur de l'énergie », explique Marcel Stalder, partner et responsable Advisory Financial Services Suisse chez Ernst & Young.

Pression sur la rentabilité L'évolution du contexte extérieur se répercute directement sur la rentabilité : 77 pour cent des entreprises s'attendent à une évolution négative de leurs rendements. En outre, 64 pour cent des entreprises interrogées pensent qu'il sera désormais plus compliqué de contrôler la liquidité et les coûts ; les banques (82 pour cent) et les assurances (67 pour cent) sont encore plus sceptiques. « Pour les entreprises, le changement n'a pas uniquement des répercussions d'ordre financier. Plus de la moitié d'entre elles estiment qu'il leur sera extrêmement difficile d'assumer leurs missions futures avec leur organisation actuelle. L'étude fait donc ressortir l'urgence des mesures », déclare Marcel Stalder.

Garantir sa survie Deux tiers des entreprises interrogées considèrent qu'elles subissent une pression moyennement forte à très forte les poussant à l'adaptation de leur modèle économique ; pour les banques et les entreprises du secteur de l'énergie, cette part s'élève même à 75 pour cent. Le poids de cette pression est encore plus sensible dans le cas de la question de l'importance stratégique : pour 71 pour cent des entreprises, cette tâche constitue une priorité stratégique élevée, voire la première priorité. « Les adaptations du modèle économique sont pour beaucoup de directions d'entreprises le principal sujet de préoccupations à l'heure actuelle. Pour nombre d'entreprises, la question de leur survie se pose désormais. Seules survivront celles qui sauront repenser complètement leurs affaires, leurs produits et leurs marchés et prendront les bonnes décisions en la matière », déclare Bernhard Böttinger, partner et responsable Performance Improvement Financial Services Suisse chez Ernst & Young.

Les entreprises identifient un besoin de changement essentiellement en matière de processus de distribution et d'optimisation des activités de support, comme les services chargés de l'informatique, des finances et du personnel. Pour les entreprises du secteur des sciences de la vie, du commerce de détail et pour les fabricants de biens de consommation, l'accent doit également être mis dans le domaine de la recherche et développement pour pouvoir relever les défis. Les assurances estiment qu'elles doivent reconsidérer et intensifier leurs partenariats avec d'autres entreprises.

Réduire les coûts et croître Les mesures envisagées par les entreprises s'inscrivent toutes dans un objectif premier d'augmentation de leur efficacité. Une plus grande standardisation des processus internes, l'optimisation des processus ou l'amélioration des systèmes informatiques, autant de mesures qui devraient contribuer à la réduction des coûts. « Or, les entreprises ne sont pas uniquement focalisées sur les coûts. Elles entendent surtout investir les fonds ainsi économisés dans le développement de nouveaux produits et la conquête de nouveaux secteurs. L'amélioration de la satisfaction des clients et la mise en place de nouveaux canaux de distribution sont également d'actualité. De la sorte, les entreprises façonnent les fondements de leur croissance future », explique Bernhard Böttinger.

Besoin de ressources externes Trois quarts des entreprises entendent mettre en oeuvre les changements imminents au cours des trois prochaines années. Les entreprises commerciales et les fabricants de biens de consommation veulent même aller encore plus vite, alors que les entreprises des sciences de la vie ont besoin de davantage de temps. « Si les entreprises veulent atteindre cet objectif ambitieux, elles vont devoir faire preuve d'un engagement énorme. Pour mouvoir de grandes organisations dans une autre direction, il faut beaucoup de temps et de moyens. Toutes les entreprises n'arriveront pas à prendre les mesures nécessaires seules, avec leurs propres ressources. L'entrepreneur souhaitant réduire ses effectifs devra faire davantage appel à des spécialistes externes », explique Markus Thomas Schweizer, partner et responsable Advisory Suisse Industries chez Ernst & Young.

Opportunités offertes par le changement Pour 81 pour cent des entreprises interrogées, la gestion du changement est décisive en matière de mise en oeuvre des mesures nécessaires. Une culture d'entreprise considérant les changements comme des facteurs positifs constitue pour 70 pour cent des entreprises interrogées un autre facteur de succès. Lors du processus d'adaptation, les entreprises misent sur de bons collaborateurs, une relation forte avec leur clientèle et des produits de grande qualité. Néanmoins, la transformation ne se fera pas sans quelques coupes : « près de la moitié des entreprises s'attendent à enregistrer un recul de leurs bénéfices à court terme et à ce que les adaptations entraînent également le départ de collaborateurs-clés. Toutefois, les structures de coûts s'en trouveront améliorées à long terme, et la compétitivité, comme la rentabilité, repartiront alors à la hausse. Il n'y a donc rien de surprenant si 66 pour cent des entreprises interrogées considèrent les changements à venir plus comme des opportunités à saisir que comme des risques à subir. Les entreprises agiles auront nettement l'avantage, ce sont elles qui ont les meilleures chances de survivre sur le long terme », déclare Markus Thomas Schweizer.

A propos de l'étude La présente étude Advisory 2012 s'appuie sur un sondage représentatif réalisé en novembre 2012 à la demande d'Ernst & Young. L'institut d'études de marché indépendant Valid Research de Bielefeld a interrogé des cadres dirigeants (membres des comités de direction et du Business Development) de plus d'une centaine d'entreprises suisses de toutes tailles et issues de différentes branches. L'étude est la première réalisée sous cette forme. Elle peut être téléchargée à l'adresse www.ey.com/ch.

Contact:

Simone Isermann
Ernst & Young
Media Relations
Tél. : +41 (0) 58 286 35 97
simone.isermann@ch.ey.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016476/100729866> abgerufen werden.