

HORIZON ÉCO

L'ÉCONOMIE DU NORD-PAS DE CALAIS

LA STRATÉGIE
DES ENTREPRISES

N°53. mai. 2011

L'économie a certes redémarré en région comme au niveau national et ce rétablissement se poursuit. Cette observation ne permet néanmoins pas d'appréhender la diversité des situations que vivent les entreprises. Au travers de notre enquête de conjoncture, nous avons souhaité connaître la perception qu'ont les entreprises de leurs marchés ainsi que les principaux axes stratégiques qu'elles mettent en œuvre pour accroître leur performance. Afin de mieux comprendre les facteurs de compétitivité de notre région, nous avons choisi de nous focaliser sur les entreprises du tissu productif (industrie – commerce de gros – transport et logistique – services aux entreprises).

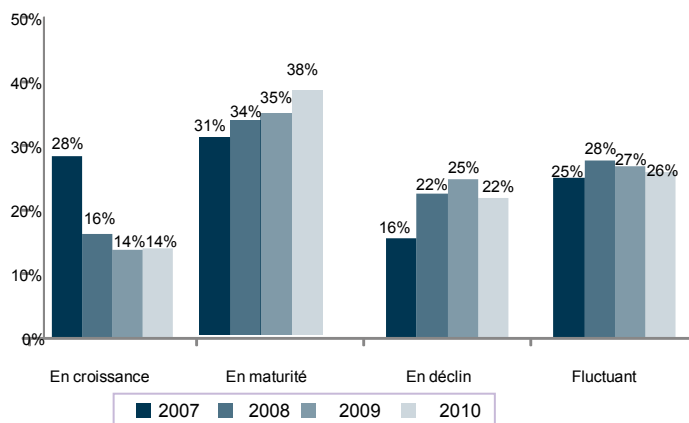
DES ENTREPRISES POSITIONNÉES SUR DES MARCHÉS PLUTÔT EN DÉCLIN

Force est de constater que la crise de 2008 est encore bien présente lorsque l'on interroge les entreprises sur la perception de leur marché.

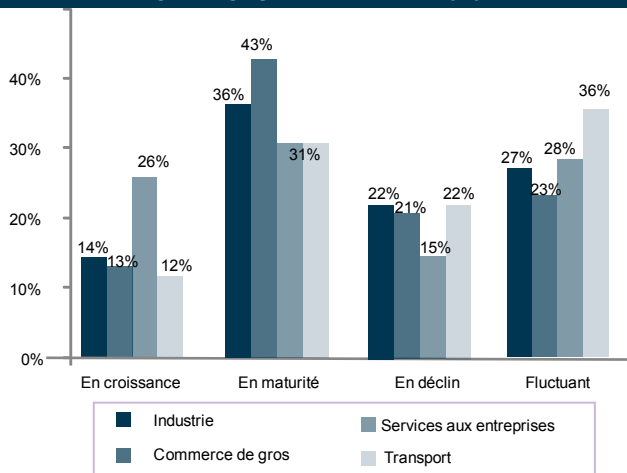
Entre 2007 et 2010, la part des entreprises se déclarant sur un marché en croissance a chuté de 14 points.

La chute a été particulièrement brutale dans le transport où en 2009 une entreprise sur deux se considérait sur un marché en déclin. Les entreprises positionnées sur le marché du service aux entreprises ont en revanche mieux résisté et sont aujourd'hui les plus promptes à repartir. **On remarque de manière inquiétante que la part des entreprises situées sur des marchés en croissance ne s'est toujours pas redressée depuis 2008.**

LE MARCHÉ DES ENTREPRISES
ENTRE 2007 ET 2010



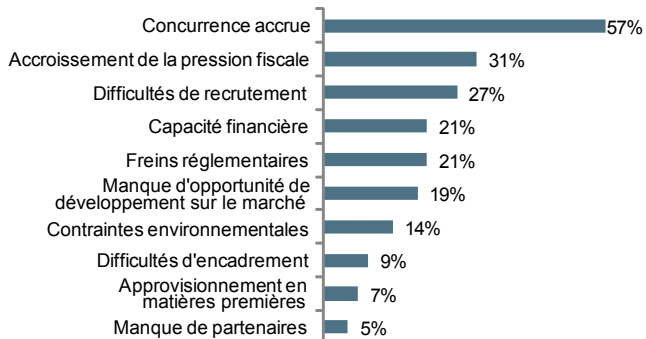
LE MARCHÉ DES ENTREPRISES PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ EN 2010



Le transport apparaît encore sous tension avec plus d'une entreprise sur trois évoluant sur des marchés fluctuants et ne disposant donc que de peu de visibilité. A l'exception des services aux entreprises, les autres secteurs d'activité sont tous sur des marchés dont la tendance est plutôt au déclin. Dans l'industrie, la sous-traitance apparaît particulièrement menacée avec 37% des entreprises sur un marché en déclin contre 13% pour les fabricants de produits propres.

OUTRE DES MARCHÉS SOUS TENSION, LES ENTREPRISES RESSENTENT DE NOMBREUSES DIFFICULTÉS

LES FREINS AU DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES



Plusieurs items font directement références à la saturation de certains marchés. Ainsi la concurrence accrue ou le manque

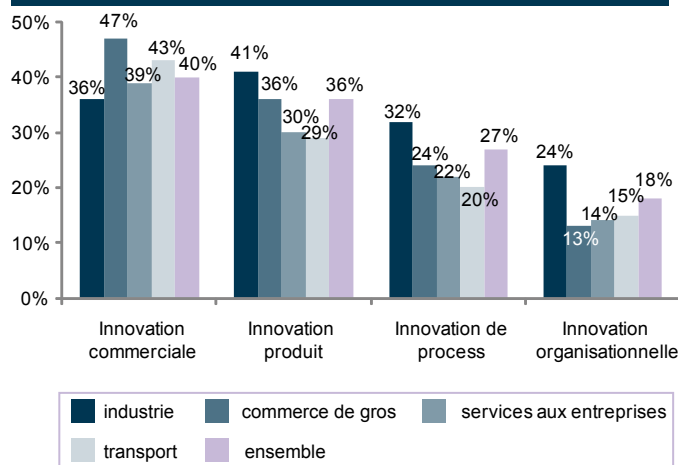
d'opportunité de développement sont directement liées aux tensions de plus en plus fortes sur les marchés.

L'accroissement de la pression fiscale est perçu comme le second frein au développement des entreprises malgré la réforme de la taxe professionnelle. Cette difficulté est davantage exprimée dans le secteur du transport et des services aux entreprises que dans l'industrie.

Alors même que la reprise des embauches est restée timide en 2010, les dirigeants considèrent les difficultés de recrutement comme un frein au développement de leur activité.

LES CHOIX STRATÉGIQUES DES ENTREPRISES SONT ILS EN CAUSE ?

PART DES ENTREPRISES METTANT EN OEUVRE DES INNOVATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITÉS

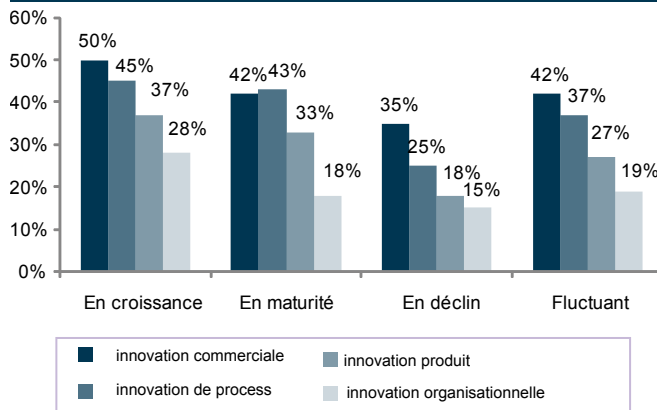


Quel que soit le secteur d'activité, quatre domaines d'innovation existent pour les entreprises : l'innovation produit (ou service) ; l'innovation commerciale ; l'innovation organisationnelle ; l'innovation de process.

Les entreprises de la sphère productive se focalisent en premier lieu sur l'innovation commerciale en particulier la fidélisation de leurs clients et la communication. 36% des entreprises ont mis en place une innovation de produit ou service. L'industrie apparaît comme le secteur le plus innovant sur cette thématique en particulier pour les fabricants de produits propres où une entreprise sur deux a fait évoluer son offre.

Les évolutions du process ou de l'organisation sont également davantage reprises dans l'industrie.

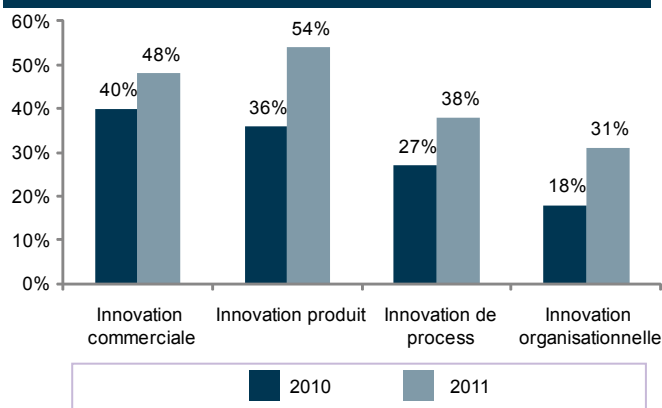
PART DES ENTREPRISES METTANT EN ŒUVRE DES INNOVATIONS PAR NATURE DE MARCHÉ



Sans surprise, la nature des marchés sur lesquels sont positionnées les entreprises influence également leurs choix stratégiques. Les entreprises positionnées sur des marchés en croissance se montrent nettement en capacité d'innover. Elles se distinguent très nettement sur la pratique de l'innovation commerciale et organisationnelle. Ce constat statistique ne permet néanmoins pas d'affirmer que cette stratégie très innovante soit à l'origine de leur positionnement sur un marché en croissance.

DES STRATÉGIES PLUS OFFENSIVES EN 2011

STRATÉGIES RÉALISÉES EN 2010 ET PRÉVUES EN 2011



Si les entreprises parviennent à réaliser leurs priorités stratégiques pour 2011, elles montreront alors un visage beaucoup plus innovant que celui de 2010. L'ensemble des axes d'innovation devrait être renforcé en 2011 et en particulier

celui portant sur l'innovation produit.

Cette volonté d'accroître l'effort d'innovation est présente dans l'ensemble des secteurs d'activité.

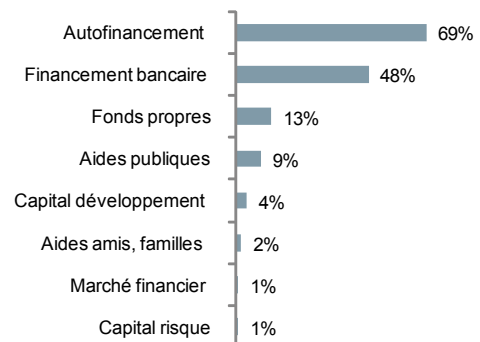
De plus, la progression est plus marquée pour les entreprises positionnées sur des marchés en déclin. Ainsi, la part des entreprises opérant sur un marché en déclin et anticipant une innovation produit en 2011 progresse de 31 points pour atteindre 56% tandis qu'elle ne progresse que de 15 points pour les entreprises sur des marchés en croissance (avec 60% des entreprises envisageant une innovation produit).

DES STRATÉGIES D'INNOVATION AMBITIEUSES QUI POSENT LA QUESTION DE LEUR FINANCEMENT

Si cette volonté affichée d'accroître l'effort d'innovation apparaît salubre, il reste à transformer l'essai pour accroître le développement des entreprises de la région.

L'une des premières inquiétudes que l'on peut avoir réside dans les sources de financement des projets d'innovation alors que 21% des entreprises disent être freinées dans leur développement par leur capacité financière.

LES SOURCES DE FINANCEMENT DES PROJETS D'INNOVATION



Les entreprises de la sphère productive optent en priorité pour l'autofinancement. Compte tenu des difficultés accumulées par nombre d'entreprises depuis 2008 certaines n'auront probablement pas les liquidités nécessaires pour financer leurs projets.

De manière générale, les entreprises du Nord-Pas de Calais présentent un risque de défaillances plus élevé qu'ailleurs (22 défaillances pour 1 000 entreprises en Nord-Pas de Calais contre 15 pour 1 000 en moyenne nationale) ce qui laisse à penser qu'elles sont financièrement moins solides qu'ailleurs et rencontreront donc in fine plus de difficultés à financer leur innovation. En 2010, 15% des entreprises avaient ainsi renoncé à leurs investissements du fait d'une situation financière trop fragile.

Le recours à l'emprunt bancaire est la deuxième source de financement privilégiée par les entreprises. Là encore, une certaine solidité des entreprises est nécessaire pour pouvoir y accéder. Environ 10% des entreprises souhaitant recourir à l'emprunt bancaire anticipent une baisse du niveau de leur activité et de leur rentabilité en 2011. Dans ces conditions, les banques risquent de se montrer frileuses pour accorder les prêts. Autre information, les dirigeants se montrent dans l'ensemble très peu disposés à ouvrir le capital de leur entreprise à court terme comme à long terme.

Confrontées à la crise et à ses conséquences, les entreprises apparaissent avoir bien pris en compte le rôle central que doit jouer l'innovation pour assurer leur développement, voire leur pérennité. Près d'une entreprise sur cinq en région s'estime en effet positionnée sur un marché en déclin. Dans ce contexte, la forte hausse du pourcentage d'entreprises déclarant vouloir innover, en particulier en matière de produits, est une bonne nouvelle.

Les politiques nationales, notamment avec les pôles de compétitivité, mais aussi régionales, avec la stratégie régionale d'innovation et le travail en réseau des acteurs

au sein de la plateforme J'innove, qui visent à stimuler et accompagner les entreprises dans leurs démarches d'innovation semblent donc confortées. Cependant si l'innovation est d'une manière générale souhaitable, elle est avant tout une démarche de fond. L'innovation tardive face à un marché défaillant ou l'innovation insuffisamment pensée ou mal préparée sont souvent inefficaces et peuvent même provoquer l'effet inverse. Une telle démarche de fond repose sur trois piliers que les CCI, par leurs actions et avec leurs partenaires, peuvent aider les entreprises à consolider :

1 - mettre en place une organisation interne et une capacité de conception tournées vers l'innovation : actions CCI sur le management de l'innovation ou le design, programme Dinamic dans le cadre d'Objectif Pme

2 - pouvoir anticiper les évolutions : actions des CCI en faveur de la veille, de la prospective marchés et technologiques

3 - se tourner vers une innovation en réseau ou en partenariat car cela limite les risques, donne plus de force à l'innovation, et permet d'accélérer les développements : actions des CCI pour favoriser les partenariats et les échanges au travers, par exemple, des Inno'vembre

Enfin, il ne faut pas oublier qu'innover est généralement coûteux et les difficultés financières actuelles des entreprises pourraient à ce titre constituer un frein à de nombreux projets. Les efforts menés dans ce domaine doivent donc être poursuivis.

Une réponse à la problématique du financement des entreprises en fonds propres :

Les partenaires du Schéma Régional de Développement Economique ont souhaité mettre en place une plateforme régionale commune chargée d'orienter les entreprises en recherche de fonds vers les outils les plus adaptés à leurs besoins, de les accompagner et, plus largement, d'identifier leurs problèmes structurels de financement : <http://www.jetrouvedesfondspropres.com>



Analyse réalisée par Dominique Delaporte (CCI Grand Lille) et Thomas Crinquette avec la contribution de Philippe Domino. La présente étude est basée sur l'enquête annuelle de conjoncture réalisée par les CCI du Nord-Pas de Calais au cours des mois de décembre 2010 et janvier 2011. Près de 2 500 questionnaires ont été exploités dans le cadre de cette enquête. Contact : Thomas CRINQUETTE - t.crinquette@nordpasdecalsais.cci.fr - 03.20.63.79.94



CCI DE RÉGION NORD-PAS DE CALAIS

2 Palais de la Bourse - BP 500 - 59001 LILLE CEDEX

T. 03 20 63 79 79 - F. 03 20 13 02 00

www.nordpasdecalsais.cci.fr

