

Nom du secteur :

Classification :

Enquête

Entreprise

Contact

Secteur

- Toutes les informations communiquées feront l'objet d'un traitement strictement confidentiel.
- Sauf indication contraire, les réponses doivent se référer à la place suisse.
- En cas d'incertitude, veuillez consulter les explications.
- Veuillez cocher la case () ou inscrire une valeur.
- Le questionnaire indique en dernière page l'adresse à utiliser pour la réponse.

Veuillez renvoyer le questionnaire avant le:

22 mai 2015

(Veuillez aussi le renvoyer si vous n'avez pas répondu à toutes les questions ou n'avez donné que des estimations)

1. Données relatives à votre entreprise et aux conditions du marché1.1 **Année de fondation** de l'entreprise :
(sans tenir compte des modifications statutaires purement juridiques)

--	--	--	--

1.2 La majeure partie de notre entreprise est en **maines étrangères** :
 oui non
a) Si **oui**, veuillez indiquer le pays : _____b) Si **non**, votre entreprise fait-elle partie d'un groupe d'entreprises ?
 oui non
1.3 Nombre de **salariés** en Suisse (y compris apprentis; convertir les emplois partiels en **postes à plein temps**) :

Fin 2012

--	--	--	--	--	--

Fin 2014

--	--	--	--	--	--

1.4 Dans notre effectif à fin 2014, les **catégories de personnel suivantes** représentaient approximativement (convertir les emplois partiels en postes à plein temps) :

- Diplômés de l'enseignement supérieur (université, HES)

--	--	--	--

 %
- personnes ayant une formation supérieure à un apprentissage

--	--	--	--

 %
- personnes qualifiées (apprentissage)

--	--	--	--

 %
- personnes semi-qualifiées et non qualifiées

--	--	--	--

 %
- apprentis

--	--	--	--

 %

Effectif total

1	0	0	%
---	---	---	---

1.5 **Chiffre d'affaires** (sans TVA) réalisé par le site suisse de votre entreprise :

(banques: produit des opérations d'intérêts, de négoce, de commissions/prestations de services;
assurances: primes brutes - montants bruts payés pour sinistres + revenus nets des capitaux; conseils, etc.: honoraires bruts)

2012: CHF

--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

2014: CHF

--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

1.6 Votre entreprise **exporte des biens/services** :

(Les exportations de services englobent aussi les services aux clients étrangers fournis en Suisse, tels que les séjours à l'hôtel de touristes suisses)

oui non

Si **oui** :

a) Part des **exportations** dans le chiffre d'affaires 2014 : %

b) **Principal marché d'exportation** (une seule réponse) :

UE USA Asie Autre

1.7 Part des **frais de personnel** au chiffre d'affaires 2014 :

%

1.8 **Dépenses de consommation intermédiaire**

Veuillez tenir compte des dépenses pour :

- a) biens (matériel, produits intermédiaires et semi-finis, etc.) et
b) services bancaires, d'assurances, de bureautique, de télécommunications, etc. **mais pas pour des biens d'investissement**

a) Part au chiffre d'affaires 2014 de la valeur totale des **dépenses liées aux achats** de biens et services (sans TVA) :

%

b) Part au chiffre d'affaires 2014 de la valeur totale des **dépenses liées aux achats** de biens et services **à l'étranger** (sans TVA) :

%

1.9 a) **Investissements bruts** (sans TVA; au besoin, donner une estimation) :

Explication: il s'agit d'investissements en bâtiments d'exploitation à l'usage de votre entreprise (nouvelles usines, transformations, rénovations, etc.), investissements en biens d'équipement (véhicules, machines, appareils, équipement de bureau, etc.)

2012: CHF

2014: CHF

b) Votre entreprise a-t-elle effectué des **investissements à l'étranger** en 2014 ?

oui non

1.10 Evolution à moyen terme de la **demande** sur votre **marché principal** :

	forte diminution			forte augmentation	
	-2	-1	0	+1	+2
- pendant la période 2012-2014	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- pendant la période 2015-2017	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.11 Nombre des **principaux concurrents** suisses et étrangers sur votre **marché principal** :

jusqu' à 5 6-10 11-15 16-50 > 50

1.12 Evaluation du **degré d'intensité** de la concurrence sur votre **marché principal** en fonction :

	très faible		très fort		
	1	2	3	4	5
- des prix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- d'autres aspects de la concurrence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(autres aspects de la concurrence : p.ex. différenciation des produits, fréquent lancement de produits nouveaux, avance technologique, flexibilité pour satisfaire les besoins de la clientèle, service après-vente)

2. Activités en matière d'innovation

Veuillez tenir compte de ce qui suit:
les **produits** peuvent être soit des **biens**, soit des **services**.

2.1 Introduction d'innovations de produit

Explications :

Les **innovations de produit** sont des produits techniquement nouveaux ou améliorés de façon significative dans l'optique de votre entreprise. Sont entendus par là des produits nouveaux en regard de leur utilisation, de leur qualité, ou en raison de nouveaux éléments physiques ou interactifs nécessaires à leur fabrication, ainsi que des produits fondamentalement améliorés ou modifiés dans leur type de prestation et d'utilisation.

Les modifications purement esthétiques ne sont pas considérées comme des innovations de produits (p.ex. couleur, style), de même que les variantes développées par exemple sur la base de spécifications de clients et par lesquelles le produit (bien ou service) demeure largement inchangé quant à ses bases techniques et à ses propriétés d'application.

(Pour le commerce: les innovations de produit sont des innovations en matière de distribution, et non de marchandise).

- a) Votre entreprise a-t-elle **introduit des innovations** de produit durant la période 2012-2014 ? oui non

Si aucune innovation de produit n'a été introduite, veuillez passer à la question 2.2

- b) Ces innovations de produit portent-elles sur : (plusieurs réponses possibles)
- des produits physiques (logiciel compris) ?
 - des services ?
- c) Qui a **développé** les innovations de produit introduites ? (plusieurs réponses possibles)
- Principalement d'autres entreprises/institutions
 - Votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises/institutions
 - Principalement votre entreprise
 - Votre entreprise, en adaptant des produits d'autres entreprises
- d) Le chiffre d'affaires de votre entreprise s'est réparti en 2014 entre **les types de produits** suivants :
- **Nouveaux** produits lancés depuis début 2012 %
 - Produits **nettement améliorés** lancés depuis début 2012 %
 - Produits **non** ou **peu modifiés** lancés depuis début 2012 %
- Total du chiffre d'affaires** **100** %

- e) Y avait-il, parmi les innovations de produit introduites depuis début 2012, des **nouveautés du marché**, c'est-à-dire des produits que votre entreprise était la **première à proposer sur le marché** ? oui non

Si **oui** : Veuillez indiquer la part des **nouveautés du marché** introduites depuis début 2012 par rapport au chiffre d'affaires 2014 : %

- f) Ces nouveautés constituaient-elles des **nouveautés pour le marché mondial** ? oui non

Si **oui** : Veuillez indiquer la **part des nouveautés du marché mondial** introduites depuis début 2012 par rapport au chiffre d'affaires 2014 : %

2.2 Introduction d'innovations de procédé

Explications :

Les **innovations de procédé** concernent la première utilisation au sein de votre entreprise de procédés de fabrication ou de procédés techniques nouveaux ou améliorés de façon significative utilisés pour la production de biens ou la prestation de services auprès de personnes ou d'objets. Le produit lui-même peut également s'en trouver modifié, mais c'est toutefois l'amélioration de l'efficacité qui est recherchée en premier lieu.

Les procédés de production développés par vos soins et qui ont été vendus à d'autres entreprises sont considérés ici comme des innovations de produit. Seuls les changements organisationnels ou concernant le management ne sont pas considérés comme des innovations de procédé.

- a) Votre entreprise a-t-elle introduit des **innovations de procédé** durant la période 2012-2014 ? oui non

Si aucune innovation de procédé n'a été introduite, veuillez passer à la question 2.3

- b) Ces innovations de procédé portent-elles sur : (plusieurs réponses possibles)
- des procédés de fabrication ou des procédés destinés à la fourniture de services ?
 - des procédés logistiques, méthodes de livraison ou de distribution ?
 - des activités de soutien pour procédés ? (système de maintenance, ou procédé de facturation, p. ex.)
- c) Qui a **développé** les innovations de procédé introduites ? (plusieurs réponses possibles)
- Principalement d'autres entreprises/institutions
 - Votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises/institutions
 - Principalement votre entreprise
 - Votre entreprise, en adaptant des procédés d'autres entreprises
- d) Les innovations de procédé ont-elles conduit à une **réduction significative des coûts moyens de production** ? oui non
- Si **oui** : la réduction des coûts s'est montée en 2014 à : %

- 2.3 Votre entreprise a-t-elle eu dans la période 2012-2014 des projets d'innovations qui **n'ont pas été achevés ou ont été totalement interrompus** ? oui non

En cas de réponse négative aux questions 2.1a und 2.2a (aucunes innovations de produit ou procédé), veuillez passer à la question 7.2.

3. Activités de R&D en Suisse et à l'étranger

3.1 Pendant la période 2012-2014, votre entreprise a déployé des **activités de R&D (recherche et développement)**

- en Suisse oui non
 - à l'étranger oui non

En cas de réponse **négative aux deux questions**, veuillez **passer à la question 3.5**

3.2 En cas **d'activités de R&D en Suisse**, à quelle **fréquence** ?

- occasionnellement continuellement

3.3 Votre entreprise a-t-elle un **département R&D** en Suisse ?

- oui non

3.4 En cas **d'activités de R&D à l'étranger** :

a) Notre entreprise déploie des activités de R&D à l'étranger déjà **depuis l'année**

b) Les activités de R&D à l'étranger ont lieu dans les **régions/pays suivants** :

- Amérique du Nord (USA/Canada) oui non
 - UE oui non
 - Japon oui non
 - autres pays oui non

c) **Part des dépenses de R&D à l'étranger** dans les dépenses totales de R&D de votre entreprise en 2014 : (au besoin estimation)

 %

d) Evaluation de l'importance des **motifs** suivants dans le démarrage respectivement l'expansion d'activités de R&D à l'étranger :

- | | très grande | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | aucune | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| - proximité de hautes écoles ou d'instituts de recherche | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - proximité d'entreprises innovantes (réseaux) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - transfert de la connaissance en Suisse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - soutien à la fabrication et à la vente dans la région cible | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - meilleure disponibilité de personnel pour la R&D | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - coûts de R&D plus faibles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - aide/promotion de R&D supérieure (y compris les avantages fiscaux) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - autres, à savoir: _____ | | | | | |

3.5 Mandats externes de R&D

a) Votre entreprise a-t-elle confié des **mandats de R&D à des tiers** pendant la période 2012-2014 ?

- oui non

b) Si **oui**: pendant la période 2012-2014, votre entreprise a confié des mandats de R&D aux **partenaires** suivants : (plusieurs réponses possibles)

	Suisse	UE	USA	Japon	autres pays
- universités, hautes écoles spécialisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- autres organismes de recherche privés/publics	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- autres entreprises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Dépenses d'innovation

Explications :

- La **recherche** comprend: Recherche fondamentale et travaux de recherche en relation directe avec des possibilités spécifiques d'application (recherche appliquée).
- Le **développement** comprend l'utilisation de découvertes scientifiques pour la mise au point de produits et procédés nouveaux ou l'amélioration de produits et procédés existants.
- La **construction** et la **conception** comprennent:
 - les modifications apportées plus tard à un produit ou un procédé nouvellement développé pour satisfaire aux exigences du marché et de la fabrication
 - travaux de construction suite aux activités de R&D et au développement de prototypes et activités dans des buts de création et de conception de produits nouveaux ou améliorés.
- Les **investissements ultérieurs** portent sur:
 - projets pilotes, production expérimentale, constitution d'un service après-vente, prototypes/versions expérimentales
 - investissements pour la fabrication de produits nouveaux et améliorés et pour la mise en oeuvre d'innovations de procédé
 - tests des marchés, frais de lancement (sans les frais inhérents à la constitution d'un réseau de distribution)
 - acquisition de brevets et droits d'exploitation similaires (logiciels, p.ex.)
 - formation et perfectionnement des collaborateurs en relation avec les projets d'innovation ou l'introduction de produits/procédés nouveaux
 - dépôt et défense de vos propres brevets, certification, examen en vue de l'autorisation de mise sur le marché (y compris dépenses pour les travaux administratifs et juridiques)

4.1 En 2014, vos **dépenses pour le site suisse** peuvent être **estimées** à :

- Recherche et développement (R&D) :

CHF

- dont : Part des dépenses pour mandats de R&D confiés à des tiers %

- Dépenses de construction, conception :

CHF

- Investissements ultérieurs :

CHF

4.2 Part des **employés de la R&D** dans l'ensemble des employés à fin 2014 (convertir les postes à temps partiel en postes à plein temps) :

				%
--	--	--	--	---

Employés de la R&D : employés actifs dans le secteur R&D à l'intérieur et à l'extérieur du/des département(s) de R&D.

4.3 Les **investissements ultérieurs** durant la période 2012-2014 ont exigé des dépenses **liées à l'innovation** pour :

	aucune			beaucoup	
	1	2	3	4	5
- machines et moyens spécialisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- acquisition de savoir externe (brevets, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- formation/perfectionnement des collaborateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- mise sur le marché de produits nouveaux ou sensiblement améliorés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- certification, tests avant la mise sur le marché, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Aide publique à l'innovation

5.1 Votre entreprise a-t-elle sollicité une **aide publique** durant la période 2012-2014 pour des projets d'innovation auprès d'instances nationales ou internationales ?

- Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) oui non
- services de promotion cantonaux oui non
- autres instances nationales oui non
- instances internationales (programmes UE, p. ex.) oui non

6. Activités de coopération dans le secteur R&D

6.1 Dans vos **activités de R&D** (sans les mandats R&D externes), avez-vous **coopéré** dans la période 2012-2014 avec d'autres entreprises/institutions ?

(p.ex. Joint Venture en R&D, collaboration lors de R&D, participation minoritaire à des entreprises de R&D, accord d'échange de technologies, etc.)

- oui non

Si non, veuillez passer à la question 7.1

6.2 Partenaires en matière de coopération

Dans le **secteur R&D**, votre entreprise a-t-elle **coopéré** dans la période 2012-2014 avec les partenaires suivants (sans mandats externes de R&D; plusieurs réponses possibles) :

	Suisse	UE	USA	Japon	Inde	Chine/ autres pays
- clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fournisseurs de matériel/composants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fournisseurs de biens d'équipement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- entreprises de la même branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- entreprises d'autres branches (sauf clients, fournisseurs; p.ex. entreprises informatiques, bureaux de design, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- entreprises du même groupe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- universités, hautes écoles spécialisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- autres instituts de recherche privés ou publics	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Protection des avantages compétitifs liés à l'innovation

7.1 Durant la période 2012-2014, votre entreprise a-t-elle déposé des **brevets** ?

- oui non

7.2 Dans quelle mesure la **protection** des avantages concurrentiels liés à l'innovation est-elle **efficace** par le biais de :

	non utilisée	peu efficace	moyennement efficace	très efficace
- brevets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- modèles d'utilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- marques commerciales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- droits d'auteur (copyright)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Potentiel technologique

Explication :

Par **potentiel technologique**, on entend le savoir technologique mondial privé et public à disposition qui peut être utilisé pour la mise au point d'innovations aptes à la commercialisation dans votre secteur d'activité. Il comprend :

- les connaissances scientifiques de base;
- le savoir dans les technologies clés (par ex. semi-conducteurs, biotechnologie, nanotechnologie, informatique, techniques audiovisuelles, etc.) qui permet de réaliser des innovations;
- les connaissances technologiques spécifiquement orientées sur votre secteur d'activité.

8.1 Evaluation du **potentiel technologique** important pour votre secteur d'activité (extérieur à l'entreprise) :

	très faible				très élevé	
	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

9. Sources externes de savoir pour l'innovation

9.1 Importance de diverses sources de connaissances **extérieures à l'entreprise** pour votre propre capacité d'innovation :

	non utilisée	faible	moyenne	haute
Autres entreprises :				
- clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fournisseurs de matériel/composant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fournisseurs de logiciels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fournisseurs de biens d'équipement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- entreprises de la même branche (concurrents)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- entreprises du même groupe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Institutions, sociétés de conseil :				
- universités, hautes écoles spécialisées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- autres instituts de recherche privés ou publics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- entreprises de conseil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- services de transfert de technologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information disponible de manière générale :				
- rapports sur des brevets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- foires, expositions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- séminaires, littérature spécialisée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- réseaux d'informations informatisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Innovations d'organisation et de marketing

10.1 Innovations d'organisation 2012-2014

Explication :

une **innovation d'organisation** est l'introduction d'une mesure, méthode ou forme d'organisation que votre entreprise **n'avait pas encore appliquée auparavant**. Les innovations d'organisation résultent de décisions stratégiques de la direction de l'entreprise. Les modifications organisationnelles liées à l'achat ou à l'acquisition d'autres entreprises ou de succursales **ne sont pas** des innovations d'organisation.

- Introduction de nouvelles méthodes dans **l'organisation de procédés commerciaux** oui non

(gestion de la qualité, supply chain management, lean production, gestion du savoir, p. ex.)

- Introduction de nouvelles **formes d'organisation du travail** oui non

(décentralisation, job rotation, travail en équipe, réorientation de la structuration des départements, p. ex.)

- Introduction de nouvelles **formes de définition des relations** avec d'autres entreprises ou institutions oui non

(alliances, accords de coopération, relation client, intégration des fournisseurs, p. ex.)

10.2 Innovation de marketing 2012-2014

Explication :

Une **innovation de marketing** est l'introduction d'une **nouvelle méthode de marketing ou de vente**, que votre entreprise **n'avait pas encore appliquée auparavant**. Les innovations de marketing font partie d'une nouvelle conception ou d'une nouvelle stratégie. Les modifications saisonnières ou les autres changements réguliers d'instruments de marketing **ne sont pas** des innovations de marketing.

- Introduction de **designs** de produits / services sensiblement modifiés oui non

(nouvelle conception du design ou du conditionnement, p. ex.)

- Introduction de nouvelles **techniques de publicité** ou de nouveaux médias dans la publicité, ou de **marques** oui non

(première utilisation d'un nouveau média, de marques, de méthodes de fidélisation de la clientèle, p. ex.)

- Introduction de **nouveaux canaux de distribution** (y compris de nouvelles formes de **présentation** de produits / services) oui non

(introduction de marketing direct, d'e-commerce, de franchisage, p. ex.)

- Introduction de nouvelles **formes de politique de prix** oui non

(introduction de systèmes de rabais ou de différenciation des prix, p. ex.)

11. Entraves à l'innovation

- 11.1 Dans les secteurs suivants, des **obstacles** se sont opposés à vos innovations et ont eu des **conséquences négatives importantes** sur la réalisation de vos projets d'innovation dans la période 2012-2014 :

Explication :

Conséquences négatives: renonciation ou interruption de projets prévus, projets différés

Aspects coûts/risques :	non explicatif	faible	moyenne	haute
- coûts élevés des projets d'innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- longue durée d'amortissement des innovations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- innovations faciles à imiter par d'autres entreprises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- risques élevés relatifs				
- à la faisabilité technique des projets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- au potentiel de vente des innovations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Financement :				
- manque de fonds propres pour les projets d'innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- manque de fonds étrangers pour les projets d'innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- charge fiscale élevée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manque de personnel qualifié pour :				
- la recherche et le développement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- la production / vente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- l'informatique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manque d'informations sur :				
- l'état de la technique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- les possibilités de commercialisation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manque d'acceptation des nouvelles technologies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problèmes d'organisation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réglementation officielle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(accès entravé au marché de l'UE, législation sur l'environnement, aménagement du territoire et prescriptions relatives à la construction, p.ex.)

Autres, à savoir : _____

12. Emploi des technologies d'information et de communication (TIC)

- 12.1 Votre entreprise utilise actuellement (2015) les technologies d'information et de communication (TIC) suivantes : (veuillez cocher les cases correspondantes)

- Systèmes d'exploitation Open-Source (Linux, p. ex.) oui non

- Voice over IP / Video over IP

- RFID (identification de personnes et de produits, suivi des produits)

Logiciels pour processus d'exploitation :

- EPR oui non

- CRM

- SCM

- Business intelligence / business analytics software

Technologies de sécurité :

- Sauvegarde externe des données (offsite data backup) oui non

- "Secure"-Servers

- Systèmes d'authentification (signature numérique, PIN Code, méthodes biométriques, smart cards, p. ex.)

- Cryptage des données

- "Intrusion detection systems" (IDS Software)

- 12.2 Votre entreprise dispose-t-elle d'une **stratégie explicite** concernant la sécurité des TIC utilisées ?

oui non

Si **oui**, la stratégie en question couvre-t-elle les **risques** suivants ?

- Destruction ou falsification de données suite à une attaque ou à un événement inattendu oui non

- Détection de données confidentielles par suite d'intrusions, d'accidents ou de tentatives d'hameçonnage ou d'usurpation d'identité

- Indisponibilité des services TIC par suite d'une attaque externe ("Denial of Service", p. ex.)

- 12.3 Durant la période 2012-2014, votre entreprise a-t-elle été confrontée à des **problèmes de sécurité** (virus, chevaux de Troie, accès non autorisé aux systèmes informatiques ou aux données) ?

oui non

12.4 La **part du personnel** utilisant dans son travail les TIC ci-dessous s'élève à (approximativement) :

	0%	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
- Ordinateur (PC, Workstation, Terminal, Laptop)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Intranet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Connexions mobiles à large bande (3G, 4G(LTE))	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12.5 Part des investissements en **TIC** (matériel et logiciels) sur l'ensemble des investissements bruts (moyenne des années 2012-2014).

%

12.6 **Vitesse** (downstream) maximale (contractuelle) des connexions Internet de votre entreprise :
(veuillez cocher les cases correspondantes)

Connexion réseau fixe

- moins de 2 Mo/s
- au moins 2, mais moins de 10Mo/s
- au moins 10, mais moins de 20Mo/s
- au moins 20, mais moins de 30Mo/s
- au moins 30, mais moins de 100 Mo/s
- plus de 100 Mo/s

13. Social media

13.1 Votre entreprise utilise-t-elle des **médias sociaux** à des fins d'exploitation ?

oui non

Si **oui**, aux fins suivantes :

	non utilisés	peu utilisés	très utilisés
- Recrutement de personnel (LinkedIn, Facebook, Twitter, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Recherche d'idées / développement / innovation de produits / DL (innocentive, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Promotion des ventes (Facebook, Myspace, Friendster, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Feed-back de consommateurs (forums en ligne, Twitter, Facebook, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Echange interne ou coopérations (SharePoint, Lync, Yammer, ou plateforme basée sur Wiki)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Coopération avec partenaires ou autres institutions (SharePoint, Yammer, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Services de "Cloud Computing" (CC)

14.1 Votre entreprise se sert-elle de "Cloud Computing" ?

oui non

14.2 Si **oui** :

a) Votre entreprise utilise-t-elle les types ci-dessous de services CC :

	non utilisés	peu utilisés	très utilisés
- IaaS (Infrastructure as a Service) (utilisation virtuelle de matériel informatique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- PaaS (Platform as a Service) (utilisation virtuelle d'un environnement de programmation)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- SaaS (Software as a Service) (utilisation virtuelle de logiciels)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

b) Dans quelle mesure votre entreprise a-t-elle pris les mesures **complémentaires** ci-dessous pour utiliser des services CC ?

	non utilisés	peu utilisés	très utilisés
- Acquisition par le personnel TIC d'un savoir spécifique pour l'utilisation, l'intégration et la gestion de services CC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Développement de processus spécifiques (pour le contrôle de la qualité des services CC, la coopération interne, la coopération avec le fournisseur, l'assistance technique, p. ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. E-commerce par Internet

Définition : Transactions effectuées via Internet. Les marchandises et les services sont commandés par Internet ; le paiement et la livraison peuvent se faire en ligne ou selon les canaux traditionnels (les commandes passées par e-mail n'entrent pas dans la catégorie du commerce électronique).

15.1 Acquisition de biens et de services par Internet

a) Votre entreprise effectue-t-elle des **achats** par Internet ?

oui non

Si 'non', allez directement à la question 15.2
Si 'oui', veuillez répondre aux questions suivantes :

b) Part des **achats effectués par Internet** par rapport à la valeur totale des achats de biens et de services (hors TVA). Le cas échéant, veuillez indiquer des valeurs estimatives. (Indiquez également les valeurs inférieures à 1%)

2014
 . %

c) Mode de paiement :

oui non
 - en ligne
 - hors ligne

d) Les achats effectués sur Internet viennent de :

oui non
 - Suisse
 - pays de l'Union européenne
 - autres pays

15.2 Ventes de biens et de services par Internet

a) Votre entreprise effectue-t-elle des **ventes** par Internet ?

oui non

Si 'non', allez directement à la question 16
Si 'oui', veuillez répondre aux questions suivantes :

b) Part des **ventes effectuées par Internet** par rapport à la valeur totale des ventes de biens et de services (hors TVA). Le cas échéant, veuillez indiquer des **valeurs estimatives**. (Indiquez également les valeurs inférieures à 1%)

2014
 . %

c) Mode de paiement :

oui non
 - en ligne
 - hors ligne

d) Les ventes par Internet étaient destinées à des clients de :

oui non
 - Suisse
 - pays de l'Union européenne
 - autres pays

16. Utilisation d'Internet pour des démarches administratives

16.1 Votre entreprise utilise-t-elle Internet aux fins indiquées ci-dessous ?

oui non
 - Recherche d'informations sur les sites de l'Administration publique
 - Téléchargement de formulaires à remplir
 - Téléchargement vers l'amont de formulaires remplis
 - Réponse à des appels d'offre de l'Administration Suisse ou provenant de pays de l'UE

17. Obstacles à la vente par Internet

17.1 Evaluation de l'importance des **obstacles** listés ci-après pour l'introduction ou l'intensification de la **vente par Internet** :

Type d'obstacle	sans importance	grande importance
- Produits inadaptés à la vente par Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Coût d'investissement et d'exploitation trop élevé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes dans le processus de paiement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes de sécurité et protection des données	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Cadre juridique mal défini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes de logistique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***** Nous vous remercions de votre précieuse collaboration *****

Personne à contacter dans votre entreprise : _____

Fonction : _____ Téléphone : _____

E-Mail: _____

Remarques :

Personne à contacter au KOF, Zurich :

Andrin Spescha 044 632 37 84
Flavio Schönholzer 044 632 40 75
E-Mail: inno@kof.ethz.ch

Adresse retour pour enveloppe à fenêtre :

ETH Zürich
Konjunkturforschungsstelle
Innovationsumfrage 2015
LEE F 105
Leonhardstrasse 21
8092 Zürich

ETH Zürich
Konjunkturforschungsstelle
Innovationsumfrage 2015
LEE F 105
Leonhardstrasse 21
8092 Zürich