



Entreprise

Veuillez revoir le questionnaire avant le:

19 mai 2017

(Merci de bien vouloir également le revoir si vous n'avez pas répondu à toutes les questions ou n'avez donné que des estimations)

- 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.

Activités d'innovation dans l'économie suisse

1. Données relatives à votre entreprise et aux conditions du marché

1.1 **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

Si **oui**, veuillez indiquer le pays : _____

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 2014

--	--	--	--

fin 2016

--	--	--	--

1.4 Dans nos effectifs, a la fin 2016, 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

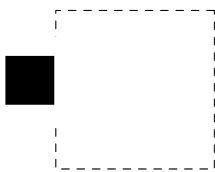
%

1.5 **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)

2014: CHF

2016: 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 2016 : %

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

UE USA Asie Autre

1.7 Part des **frais de personnel** au chiffre d'affaires 2016 :

%

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 du chiffre d'affaires 2016 de la valeur totale des **dépenses liées aux achats** de biens et services (sans TVA) :

%

b) Part du chiffre d'affaires 2016 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.)

2014: CHF

2016: CHF

b) Votre entreprise a-t-elle effectué des **investissements à l'étranger** en 2016 ?

oui non

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

	forte diminution			forte augmentation	
	-2	-1	0	+1	+2
pendant la période 2014-2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pendant la période 2017-2019	<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 Évaluation 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 : par ex. différenciation des produits, lancement fréquent 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 au 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 (par 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 2014-2016 ?

oui non

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



18667

KOF

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 2016 entre **les types de produits** suivants :

- **Nouveaux** produits lancés depuis début 2014 %
- Produits **nettement améliorés** lancés depuis début 2014 %
- Produits **non** ou **peu modifiés** lancés depuis début 2014 %

Total du chiffre d'affaires %

e) Y avait-il, parmi les innovations de produit introduites depuis début 2014, 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 2014 par rapport au chiffre d'affaires 2016: %

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 2014 par rapport au chiffre d'affaires 2016: %

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 2014-2016 ? 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, par 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 2016 à : %

2.3 Votre entreprise a-t-elle au cours de la période 2014-2016 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 Au cours de la période 2014-2016, votre entreprise a déployé des **activités de R&D (recherche et développement)**

- | | oui | non |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| - en Suisse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - à l'étranger | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



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** :

- | | oui | non |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| - Amérique du Nord (USA/Canada) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - UE | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Japon | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - autres pays | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

c) **Part des dépenses de R&D à l'étranger** dans les dépenses totales de R&D de votre entreprise en 2016: (au besoin estimation)

--	--	--	--

 %

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

	aucune					très grande
	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 2014-2016?

oui non

b) Si **oui**: pendant la période 2014-2016, 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 instituts de recherche étatiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- instituts de recherche privés	<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 :

- 1) La **recherche** comprend: recherche fondamentale et travaux de recherche en relation directe avec des possibilités spécifiques d'application (recherche appliquée).
- 2) 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.
- 3) 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.
- 4) 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, par 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 2016, 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 2016 (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 2014-2016 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** au cours de la période 2014-2016 pour des projets d'innovation auprès d'instances nationales ou internationales ?

	oui	non
- Commission pour la technologie et l'innovation (CTI)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- organismes de promotion cantonaux/régionaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- autres instances nationales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- programmes de l'UE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- autres organismes internationaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.2 Évaluation de l'importance des motifs suivants dans la demande d'aides publiques:

	pas d'importance			importance très élevée	
	1	2	3	4	5
- savoir/know-how technique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- ressources financières	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- ressources en personnel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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** au cours de la période 2014-2016 avec d'autres entreprises/institutions?

(par 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** au cours de la période 2014-2016 avec les partenaires suivants (sans mandats externes de R&D; plusieurs réponses)

	Suisse	UE	USA	Japon	Chine/ Inde	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; par 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 2014-2016, 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	moyen- nement 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"/>
- design	<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 Évaluation 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"/>



18667

KOF

Information disponible de manière générale :

	non utilisée	faible	moyenne	haute
- 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 2014-2016

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.

	oui	non
- Introduction de nouvelles méthodes dans l'organisation de procédés commerciaux (gestion de la qualité, supply chain management, lean production, gestion du savoir, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Introduction de nouvelles formes d'organisation du travail (décentralisation, turn-over, travail en équipe, réorientation de la structuration des départements, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Introduction de nouvelles formes de définition des relations avec d'autres entreprises ou institutions (alliances, accords de coopération, relation client, intégration des fournisseurs, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.2 Innovation de marketing 2014-2016

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.

	oui	non
- Introduction de designs de produits / services sensiblement modifiés (y compris emballage) (nouvelle conception du design ou du conditionnement, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

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

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

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

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

(introduction de systèmes de rabais ou de différenciation des prix, par 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 2014-2016 :

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"/>
- impossibilité de respecter le secret professionnel	<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"/>

	non explicatif	faible	moyenne	haute
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"/>
- offres de soutien/offres de recherche	<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				
- difficulté d'accès au marché de l'UE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- difficulté d'accès aux marchés très réglementés en Suisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- réglementation du marché du travail pour les étrangers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- surcroît de charges administratives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- conditions/critères d'exclusion de la promotion de l'innovation publique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- législation en matière d'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- aménagement du territoire et prescriptions en matière de construction	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autres, à savoir : _____

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

12.1 Votre entreprise utilise actuellement (2017) les technologies d'information et de communication (TIC) suivantes :

(veuillez cocher les cases correspondantes)

	oui	non
- Systèmes d'exploitation Open-Source (Linux, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Voice over IP / Video over IP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- RFID (identification de personnes et de produits, suivi des produits)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Logiciels pour processus d'exploitation :

	oui	non
- EPR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- CRM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- SCM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Business intelligence / business analytics software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Technologies de sécurité :	oui	non
- Sauvegarde externe des données (offsite data backup)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- "Secure"-Servers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Systèmes d'authentification (signature numérique, PIN Code, méthodes biométriques, smart cards, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Cryptage des données	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- "Intrusion detection systems" (IDS Software)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Enregistrement d'activités de réseau (Logs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si **oui**:

Pendant combien de temps vos activités en réseau sont-elles enregistrées dans votre entreprise? mois

--	--

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

oui non

Existe-t-il une fonction de responsable Cyber Security dans votre entreprise?

oui non

Si **oui**:

nombre d'employés (convertir les emplois partiels en postes à plein temps) nombre

--	--	--

12.3 Au cours de la période 2014-2016, 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

Si **oui**:

Quel était le niveau de la perte de gain par rapport au chiffre d'affaires total de votre entreprise? petit moyen élevé

petit moyen élevé

Quel a été le niveau d'investissement nécessaire pour réparer le dommage par rapport au chiffre d'affaires total de votre entreprise? petit moyen élevé

petit moyen élevé



18667

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 2014-2016).

%

12.6 Investissements estimés en Cyber Security en moyenne pour les années 2014-2016:

CHF

12.7 Part des investissements en formation continue dans le secteur des TIC par rapport au chiffre d'affaires total de votre entreprise:

CHF

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

Connexion réseau fixe

- moins de 10Mo/s
- au moins 10, mais moins de 30Mo/s
- au moins 30, mais moins de 100Mo/s
- au moins 100, mais moins de 250Mo/s
- au moins 250, mais moins de 500Mo/s
- plus de 500Mo/s

13. Réseaux sociaux

13.1 Votre entreprise utilise-t-elle des **réseaux 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, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Recherche d'idées / développement / innovation de produits / DL (innocentive, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Promotion des ventes (Facebook, Friendster, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Feed-back de consommateurs (forums en ligne, Twitter, Facebook, par ex.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Échange 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, par 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

15. E-commerce

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**

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

2016
 . %

c) Mode de paiement :

- | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|
| | oui | non |
| - en ligne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - hors ligne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

d) Les achats effectués sur Internet viennent de :

- | | | |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | oui | non |
| - Suisse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - pays de l'Union européenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - autres pays | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

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

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 les **valeurs estimées**. (Indiquez également les valeurs inférieures à 1%)

2016
 . %

c) Mode de paiement:

- | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|
| | oui | non |
| - en ligne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - hors ligne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

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

- | | | |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | oui | non |
| - Suisse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - pays de l'Union européenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - autres pays | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

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 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Téléchargement de formulaires à remplir | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Téléchargement vers l'amont de formulaires remplis | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Réponse à des appels d'offre de l'Administration Suisse ou provenant de pays de l'UE | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

17. Obstacles à la vente par Internet

17.1 Évaluation 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"/>	<input type="radio"/>
- Coût d'investissement et d'exploitation trop élevé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes dans le processus de paiement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes de sécurité et protection des données	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Cadre juridique mal défini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Problèmes de logistique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nous vous remercions de votre précieuse collaboration

Personne à contacter dans votre entreprise : _____

Fonction: _____ Téléphone: _____

E-Mail: _____

Personne à contacter au KOF, Zurich :

Barbara Frank 044 632 43 26
 Nadja Genova 044 632 80 64
 Andrin Spescha 044 632 37 84
 E-Mail: inno@kof.ethz.ch