

4 Juillet 2019

Étude HSBC Navigator Made for the Future

Les entreprises face aux défis de l'innovation, des nouvelles compétences clé et du développement durable

Alors que la quasi-totalité (79%) des Entreprises de Taille Moyenne (ETM) anticipent à très court terme (24 mois), un bouleversement technologique majeur (pour 34%) ou plus limité (45% d'entre elles), elles choisissent de mettre les clients et les collaborateurs au cœur de leur stratégie de développement.

C'est notamment ce que révèle l'enquête « *Navigator Made For Future* », publiée aujourd'hui par HSBC, l'un des sondages les plus complets sur les anticipations économiques des dirigeants d'entreprises dans le monde. Plus de 2 500 décideurs économiques ont été interrogés dans 14 pays pour cette édition.

« *Pour se préparer à répondre aux besoins des clients de demain, les entreprises manifestent un véritable engouement pour les nouvelles technologies. Cette enquête montre également que la révolution digitale n'est pas source de difficultés supplémentaires, mais au contraire, un extraordinaire outil d'amélioration de l'expérience client et de formation des collaborateurs. Les entreprises auront besoin à court terme de talents hautement qualifiés et très engagés. Le bien-être des collaborateurs et le respect des critères environnementaux deviennent les mots d'ordre de la réussite d'une entreprise* » résume **Jacques Sourbier, Directeur du Marché des Entreprises de HSBC France**

Les principaux enseignements de l'étude

- Signe d'un réel optimisme partagé dans le monde entier, **4 sociétés sur 5 (79%) prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires au cours des deux prochaines années ;**
- Les entreprises placent **les ressources humaines au cœur de leur anticipation de croissance**. Après la **technologie** (55%) et l'intensification du **e-commerce** (53%), ce sont les dépenses de formation favorisant la **montée en compétences des collaborateurs** (52%), à parité avec celles liées à **l'amélioration de l'expérience client** (52%) qui sont les **principales sources de développement** anticipées par les entreprises à l'échelle mondiale.
- L'innovation est perçue par les entreprises soit comme une condition *sine qua non* de survie, soit comme un vecteur de croissance : **46% des entreprises françaises interrogées envisagent l'innovation comme le seul moyen de survie contre 28% des entreprises américaines.**
- Les nouvelles exigences en matière de développement durable sont majoritairement appréhendées comme une source d'opportunités : **près d'une entreprise sur deux (48%) affirment, globalement, que l'adoption de pratiques plus respectueuses de la planète est au cœur de leur plan de croissance.**
- **La possibilité d'une guerre commerciale** et les risques politiques actuels constituent des sources d'inquiétude pour seulement 19% des entreprises.

Dans un contexte d'optimisme planétaire se dessine un monde d'opportunités... tempéré par la guerre commerciale

Au niveau mondial, l'enquête reflète l'optimisme des décideurs qui jugent le climat des affaires porteur. Ils sont déterminés à utiliser pleinement les possibilités offertes par les progrès technologiques pour améliorer la satisfaction de leurs clients, développer leurs activités et conquérir de nouveaux marchés.

Le contexte mondial reste toutefois marqué par les tensions commerciales entre la Chine et les États-Unis, puisqu'une entreprise sur cinq **juge que l'environnement politique constitue une menace pour ses activités.**

La hausse des tarifs douaniers commence à inquiéter les entreprises, surtout si elles sont installées en Asie (26,4 %) ou en Amérique du Nord (23%). Dans ces régions du monde, certaines sociétés interrogées affirment d'ores et déjà anticiper une décroissance en raison d'une hausse probable des barrières tarifaires.

Au delà de ces tensions autour du commerce international, plus d'**une entreprise sur cinq (22%) anticipe une croissance supérieure à 5% dans les deux prochaines années**, 36% une croissance comprise entre 3 et 5% tandis que deux entreprises sur dix prévoient une croissance inférieure à 2%. Au total, ce sont **8 entreprises sur dix qui tablent globalement sur une hausse de leur chiffre d'affaires.**

Bien que moins sensibles à la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine (seuls 13,8% imputent leur projection à la baisse du chiffre d'affaires à une hausse des tarifs douaniers), **les Européens, restent moins optimistes que les autres** : 74% des entreprises pressentent une augmentation de leur activité contre 78% des entreprises nord-américaines et 82% des sociétés provenant de la zone Asie-Pacifique (APAC). Cette prévision de croissance est particulièrement partagée en Chine où 87% des entreprises s'attendent à une croissance de leurs activités.

Les entreprises françaises apparaissent particulièrement **prudentes**. Elles sont 72% à anticiper une hausse de leurs activités mais seules 10% d'entre elles espèrent croître de plus de 5% dans les deux prochaines années. Les acteurs économiques français envisagent néanmoins l'avenir plus sereinement qu'il y a un an : **52% des entreprises déclarent être plus optimistes que l'an passé.**

Plus largement, parmi les entreprises anticipant une hausse de leurs activités, **les deux principaux facteurs de croissance** identifiés sont la **fidélisation et le développement de leur clientèle (38,4%)** ainsi que la **capacité de leurs collaborateurs** à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs (34,3%).

En substance, **la très grande majorité** des entreprises s'attend à des **évolutions majeures. Presqu'un tiers (30%)** des entreprises anticipent des **changements radicaux dans l'ensemble de leurs activités**. Près de 8 entreprises sur 10 (79%) s'attendent à des **modifications technologiques** et 7 sur 10 s'attendent à ce que les **préoccupations environnementales débouchent sur des inflexions importantes** au cours des deux prochaines années.

Les ressources humaines et l'innovation technologique au cœur des priorités d'investissement des entreprises

- L'investissement reste le principal moteur pour augmenter la productivité

Au niveau mondial, 84% des entreprises prévoient d'augmenter leurs investissements au cours des deux prochaines années. En France, la tendance observée est la même puisque 8 entreprises sur 10 projettent d'accroître leurs investissements. Dans le détail, **près d'une sur deux (46%) prévoient de les augmenter de plus de 5%** et 34% envisagent une hausse inférieure à 5%. Les entreprises implantées dans d'autres pays semblent être plus conquérantes puisque respectivement 64% et 71% des entreprises américaines et indiennes, par exemple, comptent les accroître de manière très significative (>5%).

La majorité des entreprises interrogées souhaite investir dans **leurs processus de production** pour se développer au cours des deux prochaines années. Ainsi, **l'amélioration de leur productivité apparaît comme le principal atout pour grandir (35,4%)** pour les entreprises, suivie de peu par la **maîtrise de nouvelles technologies** pour 1/3 (34%) d'entre elles.

Dans le détail, les entreprises originaires de pays en développement sont celles qui prêtent la plus grande attention à l'amélioration de leur productivité. En effet, **4 entreprises sur 10 (41%)** citent la réalisation de gains de productivité comme une **opportunité** contre seulement **3 entreprises sur 10 (31%)** opérant dans des pays provenant d'économies plus **matures**.

- Menace ou véritable catalyseur de croissance : l'innovation est au cœur de la stratégie des entreprises

Pour les entreprises, la technologie est autant envisagée comme une menace que comme une opportunité. Parmi les entreprises qui anticipent une chute de leurs activités, un tiers cite **l'émergence de concurrents en ligne**. Une entreprise sur cinq cite également la **cyber sécurité parmi le top 3 des menaces** tandis que **34% des entreprises identifient l'adoption de nouvelles technologies comme un facteur de croissance**.

En conséquence, la recherche et l'innovation sont la première cible d'investissement. 4 entreprises sur 5, qui ont d'ores et déjà prévu des investissements, affirment que l'innovation est une de leurs priorités. Parmi elles, 71% comptent augmenter leurs investissements de plus de 5%.

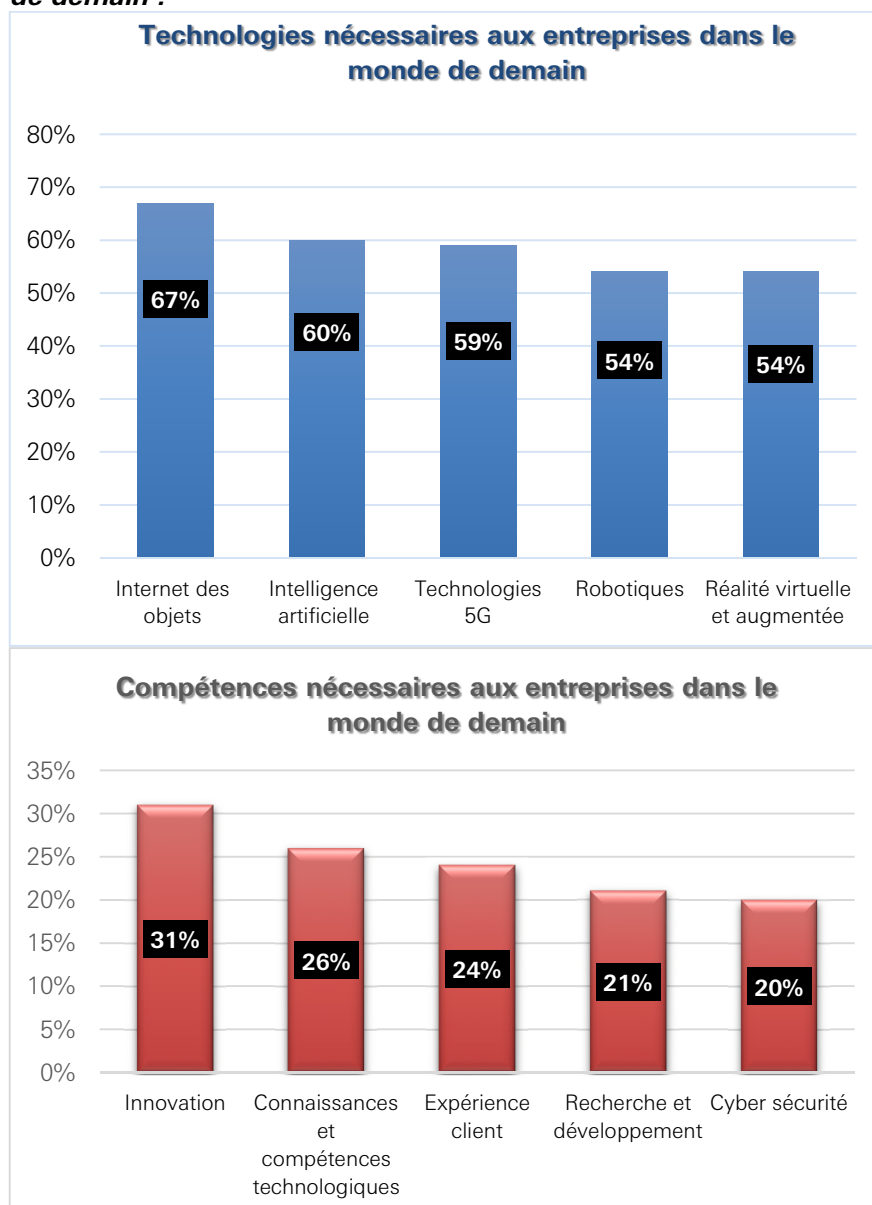
- La montée en compétences et le bien-être des collaborateurs apparaissent comme des leviers de croissance importants pour les entreprises

L'attention que portent les entreprises aux **compétences et à l'engagement de leurs collaborateurs** devient **centrale**. Pour 22% des entreprises interrogées, **leur succès économique futur** dépend de leurs capacités à **investir dans les compétences**. En **France**, cette proportion est même légèrement supérieure puisque **plus d'un quart (26%)** des entreprises interrogées affirme conditionner leur succès à l'investissement RH.

En conséquence, les entreprises mettent l'accent sur la création d'équipes bien formées, productives et heureuses. Ainsi, parmi les entreprises qui prévoient des investissements, 52% vont augmenter leurs dépenses de formation (40% pour la France).

Au-delà des investissements dans les compétences, les entreprises concentrent une partie de leurs efforts sur **le bien-être au travail**. Ainsi, 43% des entreprises interrogées affirment qu'elles dépenseront plus pour assurer à leurs salariés de meilleures conditions de travail dans le but de fidéliser les talents et à améliorer la réputation de leur marque employeur.

Les 5 compétences et technologies indispensables aux entreprises dans le monde de demain :



Plus largement, 76% des entreprises confirment que l'innovation oblige à une évolution rapide des compétences. Pour profiter pleinement des possibilités offertes par les nouvelles technologies, 73% des entreprises estiment nécessaire de diversifier davantage les profils de leurs collaborateurs en modifiant leur stratégie de recrutement et leurs critères de choix.

Les entreprises françaises partagées sur les perspectives ouvertes par l'innovation et les thématiques environnementales

Au niveau mondial, l'innovation est soit perçue comme une condition *sine qua non* de survie, soit comme un vecteur de croissance. L'enquête met en évidence un vrai clivage entre l'Europe et les États-Unis. Les européens conçoivent davantage la technologie dans une **stratégie défensive** alors que les américains se situent davantage dans une **dynamique offensive**. Ainsi, 46% des entreprises françaises interrogées perçoivent l'innovation comme le seul moyen pour elles de survivre, une proportion supérieure à celle observée aux États-Unis (28%) tandis que 59% des entreprises nord-américaines

interrogées voient dans l'innovation une possibilité de croître contre 25% des entreprises françaises.

Au niveau mondial, les nouvelles exigences en matière de **développement durable** **constituent un facteur de croissance** pour 28,4% des entreprises globalement. Et près de la moitié des entreprises interrogées prévoient d'augmenter leurs investissements afin de devenir plus écoresponsables. Parmi elles, les deux tiers prévoient d'augmenter ces investissements de plus de 5%.

En France, **plus d'une entreprise sur deux** (53%) envisagent d'augmenter leurs investissements de plus de 5% dans ce domaine dans les deux années à venir. 38% des entreprises françaises souhaitent quant à elles augmenter ces investissements dans une moindre mesure (augmentation inférieure à 5%).

Les pressions économiques et sociétales pour une économie plus respectueuse de l'environnement sont les **principaux facteurs** qui favorisent le changement des habitudes dans le monde entrepreneurial. Toutefois les entreprises s'interrogent encore sur l'impact réel de ces nouvelles contraintes sur leurs activités. Une minorité (12%) y voit une opportunité de croissance. Une autre minorité (12% également) l'interprète comme une menace pour la marche des affaires. Toutes les autres adoptent une posture plus attentiste.

Sur le plan français, seulement 9% des entreprises interrogées estiment qu'augmenter leurs efforts en matière de développement durable sera un **moteur de croissance** dans les deux prochaines années. De plus, 57% des entreprises françaises s'attendent à un changement au niveau de leur implication dans ce domaine dans les deux années à venir, contre 72% des entreprises à l'échelle mondiale.

Contact presse : Amélie RIVENET – 01 40 70 33 05 – amelie.rivenet@hsbc.fr

HSBC en France

HSBC France est une filiale du Groupe HSBC. Le siège de HSBC France est situé à Paris. Avec environ 290 points de vente sur le territoire national et plus de 8 000 collaborateurs, HSBC en France développe des activités de banque universelle auprès de clientèles de particuliers et d'entreprises.