

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Zurich, 30 octobre 2012

Les dépenses pour la recherche et le développement dans le monde ont augmenté de 9,6 % en 2011 - Toyota reprend la première place à Roche

Les dépenses pour la recherche et le développement (R&D) ont atteint un montant record en 2011 / Novartis et Roche font partie des entreprises ayant les budgets R&D les plus élevés du monde / Apple défend sa position d'entreprise la plus novatrice / De nouvelles idées générées en grande partie avec des méthodes "anciennes"

Après les coupes causées par la crise de 2009, les dépenses pour la recherche et le développement (R&D) ont nettement augmenté en 2010 et en 2011. La 8ème étude "Global Innovation 1000" du cabinet de consultation de stratégie international Booz & Company le démontre. Celle-ci étudie chaque année les politiques d'investissement des 1000 entreprises privées ayant les budgets R&D les plus élevés du monde.

Le total des dépenses R&D des 1000 entreprises étudiées a augmenté de 53 milliards de dollars US, pour atteindre un montant record de 603 milliards de dollars US. Ceci correspond à une croissance de 9,6 %. Le secteur automobile affiche la meilleure progression avec 15 % et, conjointement avec les branches informatique/électronique, ainsi que les biens industriels, est responsable des deux tiers de cette augmentation. Le nouveau leader du classement mondial est **Toyota** (6ème l'an passé) avec des dépenses R&D d'un montant de 9,9 milliards de dollars US. Les deux géants pharmaceutiques suisses **Novartis** (3ème l'an passé) et **Roche** (1er l'an passé) suivent aux deuxième et troisième places avec 9,6 et 9,4 milliards de dollars US. **Pfizer** et **Microsoft**, deux autres poids lourds centrés sur la recherche, se classent 4ème et 5ème et conservent leur place dans le top 5 acquis l'an passé.

Carlos Ammann, président de Booz & Company en Suisse, commente : "Malgré la forte hausse des dépenses R&D, on ne peut pas parler d'une offensive de l'innovation. En effet, l'intensité R&D, le rapport entre les dépenses R&D et le chiffre d'affaires, se positionne proche de la moyenne des ans passés de 3,4 %. La forte augmentation des budgets R&D dans le secteur automobile reflète la pression incitant à innover qui y règne. Des règles de consommation plus strictes,

de nouveaux concepts de propulsion, des plateformes mondiales et la conquête de nouveaux marchés exigent de nouvelles idées."

Recherches intensives dans les entreprises suisses

Les 32 entreprises suisses référencées dans l'étude ont investi 30,2 milliards de dollars US, ce qui représente 5 % des dépenses R&D totales des entreprises du top 1000. Sur ces 32 entreprises, 24 ont augmenté leur budget R&D par rapport à l'an passé. Avec 7,7 %, les entreprises établies en Suisse montrent une intensité R&D élevée. Par rapport au reste du monde, ces entreprises se classent au sixième rang, ce qui montre la grande importance des innovations pour le site économique qu'est la Suisse. Les deux entreprises pharmaceutiques Roche et Novartis apportent une contribution cruciale à cette haute intensité R&D. Avec une intensité R&D de 19,6 %, Roche continue d'afficher, malgré une légère baisse des dépenses R&D (-2 %), l'une des plus hautes valeurs et se classe à la troisième place de toutes les entreprises étudiées dans le monde. Novartis a augmenté son budget R&D de 6 % et enregistre une intensité R&D de 16,4 %. Les autres entreprises suisses dans le top 100 sont le producteur genevois de semi-conducteurs **STMicroelectronics** (55^{ème}), la multinationale alimentaire **Nestlé** (83^{ème}), ainsi que le groupe de technologies de l'automatisation **ABB** (98^{ème}). Le groupe agroalimentaire Syngenta suit juste derrière, à la 112^{ème} place. Avec 27 %, c'est ABB qui affiche la croissance la plus forte parmi ces entreprises suisses de premier plan.

Carlos Ammann : "Si l'an passé, la Suisse était représentée par 27 entreprises dans le top 1000, il y en a 32 dans l'étude actuelle. Conjointement avec la haute intensité R&D, cette augmentation souligne la focalisation des entreprises suisses sur les innovations. Une force d'innovation élevée est impérative pour maintenir notre prospérité à moyen et long terme. En effet, l'étude montre également que, pour la deuxième fois de suite, il y a plus d'entreprises chinoises que d'entreprises suisses représentées dans le top 1000 des plus gros budgets R&D. La pression concurrentielle continuera d'augmenter."

Le secteur automobile progresse

Aux côtés du leader **Toyota**, **General Motors** (9^{ème}), **Volkswagen** (11^{ème}), **Honda** (15^{ème}), mais aussi **Daimler** (19^{ème}), un nouveau venu, sont également représentées dans le top 20. Avec 26 %, c'est Volkswagen qui a le plus nettement augmenté ses dépenses R&D, mais l'entreprise se classe toujours derrière ses concurrents en ce qui concerne l'intensité R&D. Au total, la part du secteur automobile dans les dépenses totales pour la recherche et le développement équivaut à 16 %. À cet égard, elle est devancée par les branches informatique/électronique avec 28 %, ainsi que la branche santé/pharmaceutique avec 21 %. Les secteurs informatique et électronique sont menés par **Samsung** (6^{ème}), suivi de près par **Intel** (8^{ème}). En 2011, le fabricant de semi-conducteurs américain a augmenté ses dépenses R&D de 27 % et affiche avec 15,5 % une intensité R&D nettement plus élevée que

Samsung, avec 6,0 %. La branche santé/pharmaceutique est représentée par pas moins que huit entreprises dans le top 20. La croissance des dépenses R&D s'est ralentie pour atteindre 5 % en 2011, mais la branche affiche encore et toujours la plus forte intensité R&D avec 12,2 %.

Les différences régionales sont également prononcées dans l'étude actuelle. Les entreprises nord-américaines ont augmenté leurs dépenses R&D de 9,7 %, comme l'an passé. Avec 5,4 %, l'Europe a aussi affiché une croissance robuste, mais en raison de la crise, cette valeur se situe sous la moyenne historique de 7 %. Avec une hausse de seulement 2,4 %, les entreprises japonaises ont confirmé leur réserve vis-à-vis des investissements R&D. En ce qui concerne les entreprises de Chine et d'Inde, l'augmentation des dépenses R&D était de 27,2 %, et donc bien plus basse que les 38 % des années passées. Malgré cette vitesse effrénée, la part des dépenses R&D des entreprises de ces pays se situe encore sous les 3 %. La plus grosse part des dépenses R&D totales revient comme toujours aux entreprises nord-américaines avec 38 %, suivies par l'Europe avec 30 % et le Japon avec 23 %.

Apple, Google et 3M sont les entreprises les plus innovantes

Dans le cadre de l'étude, Booz & Company a interrogé 700 cadres dirigeants internationaux dans tous les secteurs étudiés et leur a demandé de nommer les entreprises les plus innovantes de leur point de vue. Pour la troisième fois de suite, Apple, Google et 3M se qualifient pour les trois premières places de ce classement spécial. Samsung continue de s'améliorer et se classe désormais 4^{ème}. Le site d'achats en ligne Amazon a progressé jusque dans le top 10 et a évincé Facebook de la 10^{ème} place.

Si l'on compare les entreprises perçues comme étant les plus innovantes avec les entreprises ayant les plus hautes dépenses R&D, on constate que le premier groupe est supérieur en ce qui concerne les chiffres-clés financiers : l'augmentation du chiffre d'affaires, la marge de profit et l'accroissement de la valeur mesurée par la capitalisation du marché. Parmi les dix entreprises ayant les plus grosses dépenses R&D, seules Microsoft, Samsung et Toyota ont aussi réussi à se faire une place dans le top 10 des entreprises les plus innovantes.

Les méthodes traditionnelles sont les meilleurs moteurs de l'innovation

L'étude actuelle se penche aussi sur les méthodes mises en place par les entreprises pour générer de nouvelles idées et pour les convertir avec succès en innovations. Près d'un cadre interrogé sur deux est d'avis que leur entreprise n'est que moyennement ou peu en mesure de générer de nouvelles idées et de les développer en tant que produits ou prestations de services commercialisables. Ici aussi, le rapport entre la capacité à innover et le succès économique est net. Toutes les entreprises jugées par leurs cadres comme étant fortes pour générer et mettre en œuvre des idées (25 %) enregistrent une hausse des rendements

supérieure à la moyenne, des marges EBITDA plus élevées et un meilleur développement du cours de leur action.

Bien qu'au cours des dernières années, on ait beaucoup entendu parler d'exploration de données sur les réseaux sociaux, de crowdsourcing et de financement initial, ce sont encore et toujours les méthodes traditionnelles comme l'observation du comportement du client et l'analyse du marché, que les entreprises utilisent pour générer leurs idées et développer des produits prêts à être mis sur le marché. Les méthodes les plus récentes sont plus souvent utilisées dans les branches logiciels/Internet, informatique/électronique et biens de consommation.

Carlos Ammann : "En raison du buzz de ces dernières années, on aurait pu s'attendre à ce que les nouvelles méthodes dans le processus d'innovation jouent déjà un plus grand rôle. En fin de compte, ce n'est pas la méthode qui est décisive, mais le fait que l'entreprise pratique une culture d'entreprise correspondant à sa stratégie d'innovation et qu'elle la mette en œuvre en conséquence."

Conception de l'étude "Global Innovation 1000" de Booz & Company :

Pour cette étude, Booz & Company a identifié le top 1000 des entreprises internationales qui publient leurs dépenses R&D. Dans un deuxième temps, l'étude analyse les chiffres-clés les plus importants de leurs finances, leur chiffre d'affaires, leur rendement et leur rentabilité des sept années passées et les mets en rapport avec les investissements R&D passés. Le classement des entreprises selon les régions découle des données du siège de l'entreprise. Par exemple, les dépenses R&D effectuées par Novartis aux États-Unis sont allouées à la région Europe.

A propos de Booz & Company:

Avec plus de 3'000 employés répartis dans 58 bureaux sur tous les continents, Booz & Company compte parmi les plus importants cabinets de conseil en stratégie au monde. Sa clientèle est composée d'entreprises prospères mais aussi de gouvernements et organisations.

En 1914 déjà, notre fondateur Edwin Booz a formulé les bases du conseil en entreprise. Aujourd'hui, nous travaillons en étroite collaboration avec nos clients du monde entier afin d'être à la hauteur des défis sur les marchés mondiaux et garantir une croissance durable. Pour ce faire, nous combinons nos excellentes connaissances du marché et notre expertise fonctionnelle à notre approche pratique. Notre objectif ultime : toujours apporter à nos clients un avantage décisif. Essential Advantage.

Vous trouverez des informations sur notre magazine de management strategy+business à l'adresse : www.strategy-business.com.

Pour de plus amples informations:

Karla Schulze Osthoff

Manager Marketing & Communications Suisse

Tel : +41-43-268 21 37

Fax : +41-43-268 21 22

Courriel: karla.schulzeosthoff@booz.com

Internet : www.booz.ch