

26.10.2020 - 10:23 Uhr

## Malgré la crise du coronavirus, les entreprises envisagent l'avenir avec optimisme et sont confiants dans leurs atouts

*PwC's Deals Survey 2020 : " Optimism on uncertain grounds "*

### Malgré la crise du coronavirus, les entreprises envisagent l'avenir avec optimisme et sont confiants dans leurs atouts

- **Interrogées sur leurs opportunités de croissance, sept entreprises sur dix se déclarent optimistes quant à leur propre segment d'activité.**
- **Pour 57 % des décideurs, la COVID-19 n'aura qu'un impact limité sur l'attractivité du marché.**
- **Seuls 34 % prévoient une nouvelle hausse de l'incertitude et de la volatilité.**
- **La préférence est donnée à l'approche stratégique axée sur la flexibilité, la rapidité et l'optimisation des risques.**

En Allemagne, en Autriche et en Suisse, les responsables d'entreprise ont une vision étonnamment optimiste de la marche actuelle des affaires et de leurs perspectives d'avenir. Ils se montrent très confiants dans leurs propres atouts et sont convaincus d'être, dans une large mesure, autonomes dans la gestion de leur entreprise et peu dépendants de facteurs externes. À leurs yeux, le choc de la volatilité consécutif à la crise du coronavirus n'est pas tant le signe de marchés toujours plus incertains et plus volatiles, mais constitue plutôt une exception historique. Ils n'adaptent leur processus stratégique que de façon marginale et perdent ainsi un temps précieux pour faire face aux futures incertitudes. Tels sont les résultats d'une étude menée par PwC, en collaboration avec Kantar et l'Université technique de Darmstadt, dans laquelle 157 décideurs de la région de DACH, membres de conseils d'administration ou issus des domaines de la stratégie et des fusions-acquisitions ont été interrogés.

### Un optimisme surprenant

" Les participants à l'étude se montrent étonnamment optimistes. Ils estiment en effet que la pandémie actuelle n'a qu'un impact relativement faible sur leur activité et sur les perspectives pour les cinq prochaines années. Au vu des dernières turbulences du marché, cette attitude a de quoi surprendre, mais témoigne également d'une grande confiance dans leur capacité à relever les défis à venir ", commente Claude Fuhrer, responsable Deals Strategy & Operations chez PwC Suisse.

Il est frappant de constater qu'en dépit de l'influence directe de la pandémie sur leur environnement de marché, les décideurs ne s'attendent qu'à une hausse modérée de la volatilité et de l'incertitude au cours des cinq prochaines années. Les sondés ont en effet estimé que les répercussions négatives de la pandémie sur un horizon de cinq ans seraient relativement faibles.

Pour Marc Schmidli, responsable Deals and Valuations chez PwC Suisse, la grande confiance des responsables d'entreprise s'explique de la manière suivante : " Soit les entreprises se sentent protégées dans leur niche de marché sûre, soit elles sous-estiment les conséquences de la pandémie. " L'impact de la crise du coronavirus serait en effet atténué en raison des interventions du gouvernement, par exemple avec l'allocation de chômage partiel ou la suspension de l'obligation de demander l'ouverture d'une procédure de faillite, et serait donc perçue d'une manière déformée. Cet optimisme se reconnaît également dans le potentiel d'innovation de la crise.

### La récession économique est considérée comme la principale menace

Pour les participants à l'étude, les principales menaces pour le positionnement face à la concurrence résident avant tout dans la récession économique (80 %), les risques environnementaux et les pandémies (61 %), le durcissement de la concurrence (60 %) et les risques réglementaires (55 %). Seul un sondé sur quatre perçoit les risques de financement comme une menace. Les décideurs estiment que les risques spécifiques à l'entreprise constituent une menace moins importante que ceux auxquels l'économie tout entière est actuellement confrontée.

### Les préférences des clients constituent le principal moteur pour l'adaptation de la stratégie

Pour 91 % des personnes sondées, le principal moteur pour l'adaptation de leur stratégie réside dans l'évolution

des préférences des clients. Trois quarts d'entre elles citent les changements intervenus dans l'environnement concurrentiel. Interrogées sur les mesures stratégiques sur lesquelles les décideurs se concentrent actuellement, les personnes interrogées mentionnent l'optimisation de l'efficacité, la concentration sur le coeur de métier et le développement de nouvelles technologies.

### **Concentration sur des mesures organiques**

Les décideurs prennent en priorité des mesures organiques pour stabiliser et optimiser leur activité. D'après eux, la stratégie la plus importante des cinq prochaines années porte sur les programmes de croissance (75 %) et les restructurations (71 %). Les mesures anorganiques comme les transactions pour l'adaptation des portefeuilles de l'entreprise sont nettement moins souvent à l'ordre du jour : seules 11 % des personnes interrogées envisagent les carve-outs comme une mesure possible.

" De nombreux décideurs se concentrent actuellement sur leur coeur de métier et sur l'amélioration de l'efficacité. Seule une minorité mise sur les transactions pour atteindre ces objectifs ", observe Claude Fuhrer. Selon l'expert de PwC, ceci devrait toutefois changer à l'avenir : " Les mesures de développement anorganiques comme les acquisitions ou les cessions gagneront en importance à moyen terme. Car par rapport aux mesures organiques, les transactions offrent de multiples avantages en termes de rapidité et d'efficacité ", conclut Fuhrer.

### **À propos de cette étude**

[Cliquez ici](#) pour accéder au site Internet de l'étude Deals Study 2020 de PwC, qui contient des informations détaillées. Pour l'enquête, nous avons mené en juin et juillet 2020 des entretiens téléphoniques avec l'aide de la société d'étude de marché *Kantar* et réalisé des sondages en ligne auprès d'entreprises dans la région DACH. Au total, nous avons reçu des réponses instructives de la part 157 décideurs membres de conseils d'administration ou issus des domaines de la stratégie et des fusions-acquisitions (dont 105 d'Allemagne, 29 d'Autriche et 23 de Suisse). Il est à noter que les enregistrements ont été analysés avant la deuxième vague du coronavirus.

### **A propos de PwC**

PwC oeuvre à développer la confiance dans la société et à résoudre des problèmes importants. Notre réseau d'entreprises est implanté dans 157 pays et emploie plus de 284 000 collaborateurs animés par une même volonté de fournir des services d'assurance, de fiscalité et de conseil de qualité. Forte de 3250 collaborateurs et associés, PwC Suisse dispose de 16 sites administratifs en Suisse et dans la Principauté de Liechtenstein. Pour en savoir plus et pour nous contacter, consultez notre site [www.pwc.ch](http://www.pwc.ch). PwC désigne le réseau PwC et/ou une ou plusieurs sociétés affiliées, chacune d'entre elles étant une entité juridique indépendante. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure).

\*\*\*

Konradin Krieger  
PwC | Manager | Team Leader External Communications  
Mobile: +41 79 362 10 87  
Email: [konradin.krieger@ch.pwc.com](mailto:konradin.krieger@ch.pwc.com)

PricewaterhouseCoopers AG  
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich  
<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100858122> abgerufen werden.