

Travail de bachelor 2010

Filière Economie d'entreprise

Elaboration d'un modèle d'analyse d'impact des politiques de promotion économique endogène



Etudiante : Nathalie FORMAZ

Professeur : Valérie BARBEY

TABLE DES MATIERES

1.	RESUME.....	4
2.	OBJECTIFS DU TRAVAIL	5
3.	METHODOLOGIE DU TRAVAIL	5
4.	CADRE THEORIQUE ET HYPOTHESES	6
	4.1. Introduction.....	6
	4.1.1. <i>Définition du problème public et hypothèse causale.....</i>	<i>6</i>
	4.1.1.1. <i>Mondialisation de l'économie</i>	<i>6</i>
	4.1.1.2. <i>Compétitivité économique territoriale.....</i>	<i>7</i>
	4.1.1.3. <i>Développement endogène</i>	<i>8</i>
	4.1.2. <i>Groupes cibles.....</i>	<i>9</i>
	4.2. Objectifs de la promotion économique endogène.....	10
	4.3. Gouvernance en matière de promotion économique endogène en Suisse	17
	4.3.1. <i>Intelligence économique territoriale.....</i>	<i>18</i>
	4.4. Conditions cadre de la compétitivité économique territoriale	19
	4.4.1. <i>Capacité d'innovation</i>	<i>21</i>
	4.4.2. <i>Capital humain.....</i>	<i>24</i>
	4.4.3. <i>Charge fiscale.....</i>	<i>28</i>
	4.4.4. <i>Coût de la vie.....</i>	<i>29</i>
	4.4.5. <i>Effets d'agglomération.....</i>	<i>29</i>
	4.4.6. <i>Facteurs géographiques.....</i>	<i>30</i>
	4.4.7. <i>Infrastructures.....</i>	<i>32</i>
	4.4.8. <i>Législation libérale.....</i>	<i>34</i>
	4.4.9. <i>Productivité.....</i>	<i>35</i>
	4.4.10. <i>Protection de la propriété intellectuelle</i>	<i>36</i>
	4.4.11. <i>Proximité et accès aux marchés</i>	<i>37</i>
	4.4.12. <i>Qualité de vie.....</i>	<i>37</i>
	4.4.13. <i>Tissu économique</i>	<i>39</i>
	4.5. Hypothèses	44
	4.6. Design de recherche	47
5.	ENQUETE QUALITATIVE	47
	5.1. Méthodologie de l'enquête qualitative	47
	5.2. Objectifs de la promotion économique endogène en Suisse romande	48
	5.3. Instruments de la promotion économique endogène en Suisse romande	49
	5.3.1. <i>Instruments pour favoriser la création d'entreprises</i>	<i>50</i>
	5.3.2. <i>Instruments pour soutenir les entreprises existantes.....</i>	<i>54</i>
	5.3.3. <i>Instruments pour encourager l'innovation</i>	<i>56</i>
	5.3.4. <i>Instruments pour encourager le transfert du progrès technologique</i>	<i>61</i>
	5.3.5. <i>Instruments pour encourager le transfert du savoir-faire commercial.....</i>	<i>64</i>
	5.3.6. <i>Instruments pour soutenir les régions structurellement défavorisées.....</i>	<i>67</i>

5.4. Conditions cadre de la compétitivité économique territoriale	69
5.5. Gouvernance en matière de promotion économique endogène	70
5.6. Indicateurs utilisés pour mesurer le degré d'atteinte des objectifs de la promotion économique endogène	72
5.6.1. Indicateurs de la création de nouvelles entreprises	73
5.6.2. Indicateurs du soutien aux entreprises existantes	74
5.6.3. Indicateurs de l'innovation	75
5.6.4. Indicateurs du transfert du progrès technologique	77
5.6.5. Indicateurs du transfert du savoir-faire commercial	77
5.6.6. Indicateurs du soutien aux régions structurellement défavorisées	77
5.7. Constats et conclusions de d'enquête qualitative	78
6. Enquête quantitative	81
6.1. Méthodologie de l'enquête quantitative	81
6.2. Analyse des résultats empiriques	82
6.3. Analyse des résultats sur la base de tableaux à plat et de tableaux croisés	83
6.3.1. Connaissances des prestations de la promotion économique endogène en faveur des PME 83	
6.3.2. Adéquation avec les objectifs de la promotion économique endogène	85
6.3.2.1. Favoriser la création d'entreprises et soutenir les entreprises existantes.	85
6.3.2.2. Encourager l'innovation	90
6.3.2.3. Transférer le progrès technologique	91
6.3.2.4. Soutenir les régions défavorisées pour les aider à maîtriser le changement structurel 97	
6.3.3. Conditions cadre recherchées par les PME romandes	99
6.4. Constats et conclusions de d'enquête quantitative	102
7. MODELE D'ANALYSE D'IMPACT DES POLITIQUES DE PROMOTION ECONOMIQUE ENDOGENE	104
8. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	118
9. REMERCIEMENTS	121
10. ATTESTATION	122
11. GLOSSAIRE	122
12. SOURCES ET REFERENCES	134
12.1. Ouvrages, brochures et articles	134
12.2. Références électroniques	139
13. ANNEXES	140
13.1. Guide d'entretien de l'enquête qualitative	140
13.2. Questionnaire de l'enquête quantitative	143
13.3. Tableaux à plat et tableaux croisés	149
13.4. Suivi des heures effectuées	162

1. RESUME

La mondialisation engendre une reconstitution de la hiérarchie des espaces productifs et une spécialisation des territoires en fonction des avantages comparatifs locaux. De grands pôles économiques naissent, formant un réseau constitué par les régions. L'hétérogénéité des territoires les place sur un marché concurrentiel. Toutefois il faut différencier deux problématiques spécifiques souvent confondues mais qui se rejoignent à l'arrivée : la compétitivité et l'attractivité du territoire. La compétitivité est définie comme « la capacité d'une entreprise, d'une région ou d'une nation à conserver ou à améliorer sa position face à la concurrence des autres unités économiques comparables » (Coeuré, Rabaud, 2003 ; Friboulet, 2009 ; Debonneuil, Fontagné, 2003).

L'objectif politique de la promotion économique est de soutenir et de faciliter les mutations structurelles territoriales et sectorielles par le renforcement de la place économique et l'augmentation de la valeur ajoutée de l'économie d'une région afin d'atteindre une croissance économique durable. Il s'agit de développer un modèle privilégiant l'implantation et le développement d'entreprises à forte valeur ajoutée qui peuvent s'insérer sans heurt dans l'environnement. Dès lors, cette croissance des emplois à forte valeur ajoutée couvrirait l'érosion de l'emploi dans les secteurs à faible performance d'innovation (Fribourg Development Agency, 2008 ; Commission mondiale sur l'environnement et le développement des Nations Unies, 1987 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

Le développement économique endogène se base sur la compétitivité et cherche à construire une base locale d'activités, en misant sur des facteurs non mobiles. Selon la Commission Européenne, si l'on veut atteindre une meilleure compétitivité régionale et une part accrue d'emplois dans la croissance, il convient de promouvoir, dans les régions, des conditions cadre adéquates, induisant le développement de l'activité des entreprises (Maillat, Kebir, 2001).

Une politique de promotion économique endogène efficace permet de favoriser la création d'entreprises, de corriger d'éventuelles défaillances de marché préjudiciables à leur création ou à leur développement, et de fournir aux entreprises installées, non pas de simples avantages de coûts mais des avantages permettant de créer des rendements croissants d'agglomération. La promotion économique endogène agit sur divers axes tels que : « le soutien à la création d'entreprises et aux entreprises existantes », « le soutien à l'innovation », « le transfert du progrès technologique » « le transfert du savoir-faire commercial », ainsi que « le soutien aux zones économiquement faibles ». Le système de gouvernance suisse, en matière de promotion économique endogène, comporte de nombreux partenaires qui disposent d'instruments très hétéroclites (accompagnement personnalisé dans les procédures administratives, aides financières, coaching, programmes de promotion de l'esprit entrepreneurial, réseautage, plateformes de promotion,...) ce qui le rend peu transparent.

2. OBJECTIFS DU TRAVAIL

Cette étude, mandatée par l'Institut « entrepreneurship & management » de la HES-SO Valais/Wallis de Sierre a pour but d'élaborer un modèle permettant d'évaluer l'impact d'une politique publique de promotion économique endogène dans le cadre légal suisse.

Si l'on se réfère à la définition de M. Jean-Pierre Nioche, Professeur à HEC et à Sciences-Po Paris, l'évaluation de l'impact ou de l'efficacité d'une politique publique est une activité scientifique visant à rechercher et à apprécier les effets propres de cette politique et donc de juger l'impact final de l'action administrative dans l'environnement socio-économique. Cette étude va donc s'efforcer de porter un jugement sur la pertinence des effets des politiques publiques de promotion économique endogène reposant sur des faits, dans un esprit d'indépendance et d'objectivité et, autant que possible, par le moyen de mesures quantitatives (Nioche, 1990).

3. METHODOLOGIE DU TRAVAIL

Afin d'évaluer l'impact d'une telle politique, une **analyse documentaire** des travaux de recherche sur la base de documents suisses et étrangers a été réalisée.

L'objectif de cette analyse était de comprendre le problème public à l'origine de cette politique et plus précisément les acteurs touchés par ce problème, les objectifs d'une politique de promotion économique endogène, ainsi que le rôle de l'Etat dans ce domaine. Il s'agissait également d'identifier les divers organismes impliqués et de comprendre le système de gouvernance appliqué en matière de promotion économique endogène en Suisse. Afin de juger l'impact final d'une telle politique dans son environnement socio-économique, il était important d'identifier les conditions cadre influençant les choix des entreprises, qui constituent des facteurs clés de succès de la compétitivité économique territoriale.

Ces éléments ont permis de rédiger un **état de l'art**, puis de développer un **design de recherche** centré sur les objectifs de la promotion économique endogène. Sur la base de cet état de l'art, ainsi que du design de recherche, des **hypothèses** ont été émises.

Dans une seconde phase, à l'aide d'une **enquête qualitative** auprès de responsables cantonaux et fédéraux de la promotion économique, les hypothèses émises ont été testées.

Dans une troisième phase, une **enquête quantitative**, soumise à un échantillon de PME, a cherché à évaluer le ressenti des dirigeants d'entreprises romandes en matière de promotion économique endogène, leurs attentes, ainsi que leur degré de satisfaction dans ce domaine

Pour terminer, en confrontant les résultats de l'enquête qualitative et de l'enquête quantitative avec les hypothèses émises, un **modèle d'analyse d'impact** des politiques de promotion économique endogène a été établi.

4. CADRE THEORIQUE ET HYPOTHESES

4.1. Introduction

4.1.1. Définition du problème public et hypothèse causale

4.1.1.1. Mondialisation de l'économie

La mondialisation modifie la structure du territoire et des branches de l'économie. Les sites économiques se constituent conformément aux lois de la concentration et de la décentralisation. On observe un changement dans les relations entre les échelles « locale », « nationale » et « internationale ». Certains économistes prédisent une prochaine disparition de l'Etat souverain classique dû à la mondialisation et à l'internationalisation des activités économiques dans un monde de plus en plus dépourvu de frontières. On observe la reconstitution d'une hiérarchie des espaces productifs avec une spécialisation des territoires en fonction des avantages comparatifs locaux. Mais mondialisation ne signifie pas homogénéisation de l'espace.

La coopération est encouragée notamment autour de la construction de projets de développement régionaux dans un cadre élargi et les communes sont incitées à se regrouper afin d'atteindre une dimension optimale. De grands pôles économiques naissent, formant un réseau constitué par les régions les plus dynamiques. Les régions deviennent ainsi des sources d'avantages comparatifs. On affirme aujourd'hui que les régions sont les moteurs de la prospérité mondiale. C'est notamment la vision de l'économiste américano-japonais Kenichi Ohmae (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007 ; Aubert, Charlot, Gaigné, 2002 ; Colletis et Pecqueur, 1993)

4.1.1.2. Compétitivité économique territoriale

Les entreprises considèrent leur territoire d'implantation comme un facteur de leur productivité. Elles attendent des régions que celles-ci leur offrent le meilleur potentiel commercial, les meilleures conditions de rentabilité ou la possibilité d'exercer un leadership technologique, dans le but de gagner de nouveaux marchés ou pour diminuer leurs coûts.

De nouvelles relations naissent entre les entreprises à la recherche d'un environnement de qualité, de services nombreux et sophistiqués, d'une main-d'œuvre qualifiée, d'aéroports internationaux, de centres d'affaires... et les territoires. L'hétérogénéité des territoires les place sur un marché concurrentiel, celui de la localisation des activités économiques et de la captation de leurs fruits. Le succès économique d'un site dépend dans une large part des prestations fournies en amont par l'Etat, de facteurs naturels ou politiques comme la beauté des paysages pour un site touristique, le régime fiscal avantageux, la qualité des infrastructures et du système sanitaire, le réservoir de main-d'œuvre qualifiée, le savoir-faire, les réseaux et systèmes de valeur ajoutée des entreprises et secteurs économiques en place (clusters). Ces prestations sont définies comme des biens publics fournis pour suppléer aux défaillances du marché. Ces prestations sont des leviers qui peuvent conduire les collectivités locales à se concurrencer, en mettant en œuvre des stratégies de mimétisme ou de forte différenciation (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007 ; Aubert, Charlot, Gaigné, 2002).

Toutefois, il faut différencier deux problématiques spécifiques souvent confondues, qui se rejoignent à l'arrivée : la compétitivité (au sens large) et l'attractivité du territoire. La compétitivité est définie comme « la capacité d'une entreprise, d'une région ou d'une nation à conserver ou à améliorer sa position face à la concurrence des autres unités économiques comparables ». Selon la déclaration de Lisbonne celle-ci est « la capacité d'une nation à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale ». L'OCDE, quant à elle, considère que la compétitivité désigne la capacité d'entreprises, d'industries, de régions, de nations ou d'ensembles supranationaux de générer de façon durable un revenu et un niveau d'emploi relativement élevés, tout en étant et restant exposés à la concurrence internationale. La notion de compétitivité est vue sous l'angle de la nation et associée à la concurrence internationale. Elle est alors définie, de façon plus précise, comme son aptitude à produire des biens et des services qui satisfont au test de la concurrence sur les marchés internationaux et à augmenter de façon durable le niveau de vie de la population. Selon une conception plus étroite, la compétitivité est l'aptitude à bénéficier de gains relatifs en termes de coûts unitaires de production. La définition large de la compétitivité converge vers les définitions de l'attractivité. Faute d'un

consensus sur la compétitivité, les économistes se sont rabattus sur l'attractivité. Celle-ci est définie comme la capacité à attirer les activités des entreprises et donc d'abord le capital productif. Messieurs Coeuré et Rabaud définissent l'attractivité comme « la capacité d'un pays à attirer et retenir les entreprises ». Parler d'attractivité revient à raisonner en termes de compétition entre les territoires et non plus en termes de concurrence autrement dit à prendre en compte le fait que les régions ou les Etats n'ont jamais été sur une même ligne de départ mais bénéficient d'avantages ou de désavantages légués par l'histoire et la géographie (Coeuré, Rabaud, 2003 ; Friboulet, 2009 ; Debonneuil, Fontagné, 2003 ; Puf, 2001).

Bien que différentes, les deux notions, montrent de fortes convergences et des complémentarités. Si l'on fait exception des politiques d'attraction brutales, développées au travers de rapports diplomatiques ou des incitations coûteuses, on doit réaliser que les sources de l'attractivité et de la compétitivité territoriales sont pour la plupart les mêmes : les éléments qui contribuent à l'attractivité d'activités externes, notamment une bonne dotation de services et d'infrastructures, une bonne efficacité de l'administration publique, un niveau élevé de qualité de vie et de l'environnement, sont aussi efficaces pour garder les entreprises locales sur le lieu que pour augmenter la productivité des entreprises actuelles ou potentielles (Camagni, 2005).

Dès lors, pour favoriser la compétitivité et l'attractivité territoriales on fait appel à des opérations de prestige telles que le développement de technopôles, de gares ou d'aéroports internationaux, la construction d'immeubles de standing, la prise en charge d'événements sportifs ou culturels dont l'enjeu dépasse les frontières nationales. On développe des stratégies de communication originales et on propose des avantages fiscaux pour créer un bon climat économique. On découvre que la densité des relations entre les acteurs locaux (décideurs, entreprises, universités, administrations, etc.) peut jouer un rôle déterminant dans la compétitivité des activités économiques par le climat d'affaires qu'elle crée. A l'avenir, on peut alors s'attendre à un accroissement des disparités territoriales (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007 ; Aubert, Charlot, Gaigné, 2002).

4.1.1.3. Développement endogène

Le développement endogène se base sur la compétitivité et cherche à construire une base locale d'activités, en misant sur des facteurs non mobiles (à l'inverse du capital financier). L'action publique vise à valoriser l'innovation, les initiatives locales et les facteurs endogènes spécifiques. Les stratégies endogènes et exogènes, ne se construisent pas de la même façon, dès lors chaque territoire les associe de différentes manières (Zuindeau ,2000 ; Lamarche, 2003).

4.1.2. Groupes cibles

Les mutations entraînées par la mondialisation sont profitables à l'économie dans son ensemble, mais en général elles font aussi des perdants. La promotion économique est tiraillée en permanence entre des exigences de rationalité économique et les revendications politiques de certains lobbys. Elle est en droit, selon la disposition constitutionnelle concernant la politique structurelle, de déroger si nécessaire au principe de la liberté économique pour soutenir des régions du pays économiquement menacées et promouvoir des branches économiques et des professions, qui ne pourraient pas assurer leur existence avec les mesures qu'elles prennent de leur propre chef. Bien qu'elle obéisse avant tout à des principes économiques fondamentaux comme la conformité au marché ou le caractère interentreprises de ses mesures, elle ne peut pas s'inspirer exclusivement de critères économiques. Les programmes politiques qui exigent des réformes structurelles suscitent une résistance politique. C'est ici que la promotion économique peut jouer un rôle. Les mesures qu'elle prévoit permettent d'atténuer la rigueur du passage à de nouvelles structures géographiques ou sectorielles. Si les marchés fonctionnent bien et la concurrence territoriale est efficace, les instruments de promotion économique ne devraient pas entraîner de distorsions de la concurrence (Aubert, Charlot, Gagné, 2002 ; Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

L'Etat doit trouver des solutions aux problèmes liés à l'inégale répartition des hommes et des activités dans l'espace. Il doit assurer l'égalité des chances et conforter le sort de ses membres les moins bien lotis. Dès lors que l'espace intervient comme facteur défavorable à l'équité, l'État doit compenser les handicaps qui en résultent. Dans certains cas, la concurrence territoriale peut mettre en péril des sites économiques du fait d'un cumul de processus négatifs, ce qui peut être contraire aux intérêts de l'Etat. C'est pourquoi, la promotion économique doit porter une attention particulière aux régions de montagne, aux zones rurales et aux régions économiquement faibles qui sont à la traîne des régions très urbanisées du fait de leur petite taille ou de leur isolement, ou encore parce qu'elles ne parviennent pas à exploiter les effets moteurs des agglomérations. La notion d'équité conduit à inscrire l'intervention de l'État en faveur des espaces ruraux dans son rôle fondamental d'accompagner les territoires dans leurs orientations. Les mesures de désenclavement des sites les plus éloignés, d'amplification des mouvements de décentralisation, d'établissement de production manufacturière, de maintien d'un réseau d'équipements et de services publics continu constituent autant d'actes de l'Etat en faveur de ces zones moins concurrentielles (Aubert, Charlot, Gagné, 2002 ; Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

Le rôle de la promotion économique est donc d'agir lorsque l'on peut considérer qu'il y a défaillance du marché ou lorsque les mesures d'entraide prises par les acteurs privés ne sont pas jugées suffisantes pour leur permettre de maîtriser les mutations

structurelles de l'économie sans un soutien promotionnel de l'Etat (v. art. 103 Cst.) (Conseil fédéral suisse, 2007).

4.2. Objectifs de la promotion économique endogène

La politique économique d'une région a pour but de favoriser le développement de l'activité économique sur son territoire par le renforcement du tissu et de la compétitivité de son économie, plus particulièrement dans les secteurs à forte valeur ajoutée (Grand Conseil du Canton du Valais, 2001).

La promotion économique est l'un des axes de la politique économique. Tandis que la politique économique se place dans une perspective économique nationale, la promotion économique se concentre sur certains aspects essentiels pour la place économique et dont ne s'occupent pas d'autres services de l'Etat. Elle regroupe notamment l'ensemble des actions destinées à faire connaître les activités économiques d'une région dans un secteur spécifique ou de manière générale, ainsi que celles visant à valoriser l'image sur le plan touristique et économique. Si l'on admet que la politique économique contribue de manière déterminante à la croissance, la notion de promotion économique s'assimile en fin de compte à une politique générale de croissance s'inscrivant dans le long terme (Grand Conseil du Canton de Vaud, 2007 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

La notion de promotion économique endogène est assez floue. Elle vise principalement le maintien et le développement de nouveaux emplois ainsi que la création de richesses dans l'économie d'une région. Au niveau opérationnel elle s'efforce de favoriser le développement du tissu économique d'une région par le soutien à la création et au développement de nouvelles entreprises, de favoriser le transfert de technologie en coopérant avec les Hautes écoles, de favoriser l'internationalisation du tissu économique, de contribuer à l'amélioration de la productivité, de la compétitivité et de la capacité concurrentielle des entreprises et de permettre un accès simplifié aux prestations publiques offertes aux entreprises (Grand Conseil du Canton de Vaud, 2007 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

La promotion économique endogène doit toujours agir en complément de l'offre de l'économie privée et ne doit en aucun cas gêner la transition vers de nouvelles structures ou faire concurrence aux prestataires privés. Elle collabore avec les organismes privés chargés d'élaborer et de mettre en œuvre la politique économique d'une région, notamment en termes de transfert de technologie et de savoir. Ses instruments portent essentiellement sur des biens publics et des mesures interentreprises (Grand Conseil du Canton du Valais, 2001 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

Par organisme de promotion économique on entend toute personne morale composée notamment d'acteurs économiques ou de collectivités publiques, dont le but est de faire connaître les activités économiques, dans un secteur spécifique ou de manière générale, et de valoriser l'image d'une région (Grand Conseil du Canton de Vaud, 2007).

Selon la Commission Européenne, "si l'on veut atteindre les objectifs d'une meilleure compétitivité régionale et d'une part accrue d'emplois dans la croissance, il convient de promouvoir, dans les régions, des conditions cadre adéquates et un environnement induisant le développement de l'activité des entreprises ». Les conditions cadre recherchées par les entreprises font aussi référence à un environnement favorable à la recherche et au développement, à un marché de l'emploi fonctionnant sans heurt, à un contrat social solide, à la stabilité monétaire, à des conditions de financement avantageuses, à une imposition modérée ou à des éléments de politique économique relatifs à l'accessibilité des marchés étrangers (Message du Conseil fédéral 2000 : 2005). Les conditions cadre comprennent, par exemple, l'ensemble des mesures relatives à la formation, aux infrastructures, aux services de communication et de télécommunication, à la fiscalité, à l'aménagement du territoire ainsi qu'à la simplification, l'accélération et la coordination des procédures administratives (Loi sur la politique économique du canton du Valais 2000). Les entreprises doivent pouvoir disposer d'aides indirectes dans ces domaines pour pouvoir maximiser la production et l'emploi (Grand Conseil du Canton de Vaud, 2007 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

Malgré la diversité des définitions proposées on peut relever cependant des points communs aux conditions cadre:

- elles s'inscrivent dans le cadre d'une réflexion relative à la compétitivité d'un tissu économique national ou régional
- elles délimitent le champ d'action des autorités publiques en matière de soutien indirect à l'économie.
- La définition des conditions cadre évolue dans le temps

Si les conditions cadre relèvent principalement de la compétence des Etats (niveau national), elles peuvent aussi émaner d'instances infranationales (par exemple des cantons dans le cas suisse) ou supranationales (OMC, accords intergouvernementaux). Tout dépend de la structure institutionnelle du pays et des tâches assignées aux différents échelons politiques (Maillat, Kebir ,2001).

Les politiques de promotion économique ne sont pas toujours efficaces. Certaines aides publiques peuvent être captées par des entreprises opportunistes qui se sont engagées dans des stratégies de “chasse à la prime”. Parfois les financements sont insuffisants et on se contente de faire du “saupoudrage”, parfois une aide à l’installation pour une entreprise qui aurait choisi la localisation en question, même sans soutien public se solde par un “effet d’aubaine” (Marty, 2006).

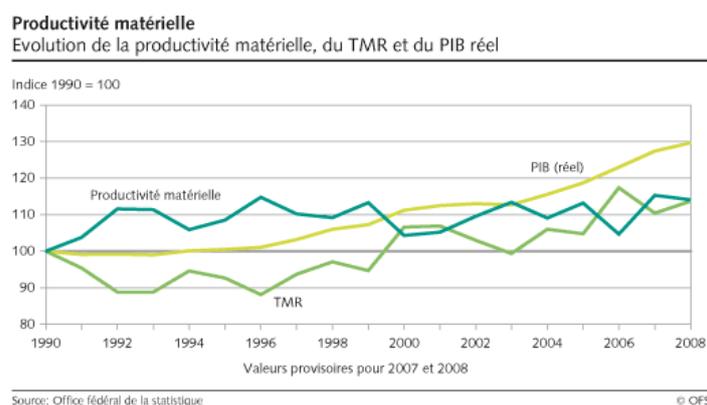
A ces divers titres, on pourrait définir une politique de promotion économique endogène efficace comme une politique qui permet de favoriser la création de firmes, de corriger d’éventuelles défaillances de marché, préjudiciables à leur création ou à leur développement, et de fournir aux entreprises installées, non pas de simples avantages de coûts (avantages génériques) mais des avantages permettant de créer des rendements croissants d’agglomération (avantages spécifiques). Ces derniers sont alors susceptibles de pérenniser les choix de localisation des firmes et de les rendre moins sensibles à la délocalisation. Si de tels effets d’agglomération apparaissent, les soutiens publics ne devraient donc pas avoir à être périodiquement renouvelés (Marty, 2006).

A titre d’exemple, la politique de promotion économique en faveur des PME intervient par des mesures ciblées en faveur des entreprises qui ont des coûts de transaction comparativement élevés du fait de leur petite taille (charge administrative, recherche appliquée, acquisition d’information, prospection de marchés internationaux). La promotion économique met en œuvre des instruments de financement au profit d’entreprises individuelles, certes douteux sous l’angle de l’orthodoxie économique, mais dont l’existence s’est imposée politiquement pour répondre aux besoins de la politique structurelle (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003 ; Conseil fédéral suisse, 2007).

L’objectif politique de la promotion économique est de soutenir et de faciliter les mutations structurelles territoriales et sectorielles par le renforcement de la place économique et l’augmentation de la valeur ajoutée de l’économie d’une région afin d’atteindre une croissance économique durable. Etant donné que la croissance économique désigne l’augmentation de la production de biens et de services dans une économie sur une période donnée, elle a un impact sur le niveau de vie des individus. C’est un processus qui permet d’améliorer le bien-être économique des populations par la production de biens et de services qui rendent la vie plus agréable. Certaines conséquences de la croissance économique (pollution et atteintes à l’environnement, accentuation des inégalités sociales notamment) sont souvent considérées comme des effets pervers qui obligent à distinguer croissance et progrès. Le développement durable répond aux besoins des générations du

présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Les objectifs qualitatifs du développement durable sont la solidarité sociale, l'efficacité économique et la responsabilité écologique. Le développement durable ne présuppose pas seulement une exploitation responsable des ressources naturelles, il implique également que l'efficacité économique et la solidarité sociale soient encouragées. Le développement durable est donc un développement efficace qui met en avant les relations entre résultats et moyens («efficacité») et non prioritairement entre résultats et coûts («efficacité»), socialement équitable et écologiquement soutenable (Champollion, Legardez, 2008 ; (Mankiw, 1998 ; Commission mondiale sur l'environnement et le développement des Nations Unies, 1987 ; Panorama, OFS, 2010f).

La croissance économique a souvent des conséquences néfastes à long terme. Depuis le milieu des années 50, la croissance et le développement économiques ont permis d'améliorer nettement le niveau et la qualité de vie dans beaucoup de pays industrialisés. Une grande part des améliorations est due à une plus grande utilisation de matières premières, d'énergie, de produits chimiques et synthétiques. Les effets de la croissance et de la progression des revenus se voient dans la répartition de la consommation mondiale. Les pays industrialisés ont pu poursuivre leur croissance économique tout en utilisant moins d'énergie et de matières premières par unité produite. Mais, avec la croissance démographique et la progression des revenus, la consommation par habitant devrait augmenter, malgré une utilisation plus rentable des ressources (Commission mondiale sur l'environnement et le développement des Nations Unies, 1987).



Si l'on veut assurer une croissance durable, il faut parvenir à réduire notre consommation en ressources tout en satisfaisant nos besoins économiques. Pour atteindre cet objectif on peut recourir aux stratégies suivantes (Besoins matériels de la Suisse. OFS, 2008a). :

- Réduire nos besoins en ressources naturelles
- Recycler les matières (système économique en circuit fermé)
- Réaliser des progrès technologiques

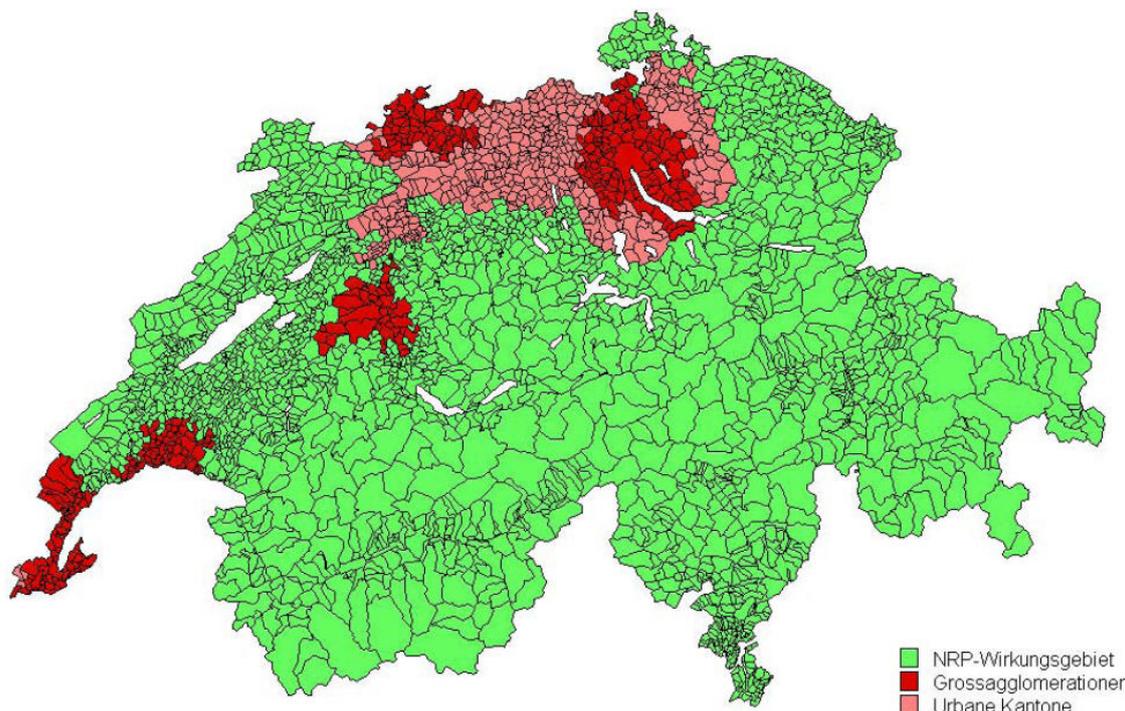
On distingue une tendance générale à l'augmentation de la consommation de matières lorsque le PIB est en croissance. Toutefois lorsqu'une région connaît une expansion d'entreprises du secteur des nouvelles technologies qui ne génèrent que peu de flux de matières, son PIB peut accroître fortement, tout en n'augmentant que légèrement sa consommation de matières (Besoins matériels de la Suisse, OFS, 2008a).

« L'idée sous-jacente devient la réalisation d'un développement à la fois supportable pour les écosystèmes, économe en ressources naturelles, privilégiant une bonne qualité de vie, autosuffisant à long terme et autorisant une croissance économique riche en emplois favorisant la cohésion sociale. » (Mancebo, 2007).

Le défi de la promotion économique consiste donc à prendre en compte les conséquences de certaines formes de croissance économique afin de garantir un bien-être durable. Il s'agit de développer un modèle économique privilégiant l'implantation et le développement d'entreprises à forte valeur ajoutée qui peuvent s'insérer sans heurt dans l'environnement. Dès lors, l'objectif est que cette croissance des emplois à forte valeur ajoutée couvre l'érosion de l'emploi dans les secteurs à faible performance d'innovation. Ainsi, les effets des changements structurels se feront ressentir de manière moins douloureuse (Fribourg Development Agency, 2008 ; Commission mondiale sur l'environnement et le développement des Nations Unies, 1987).

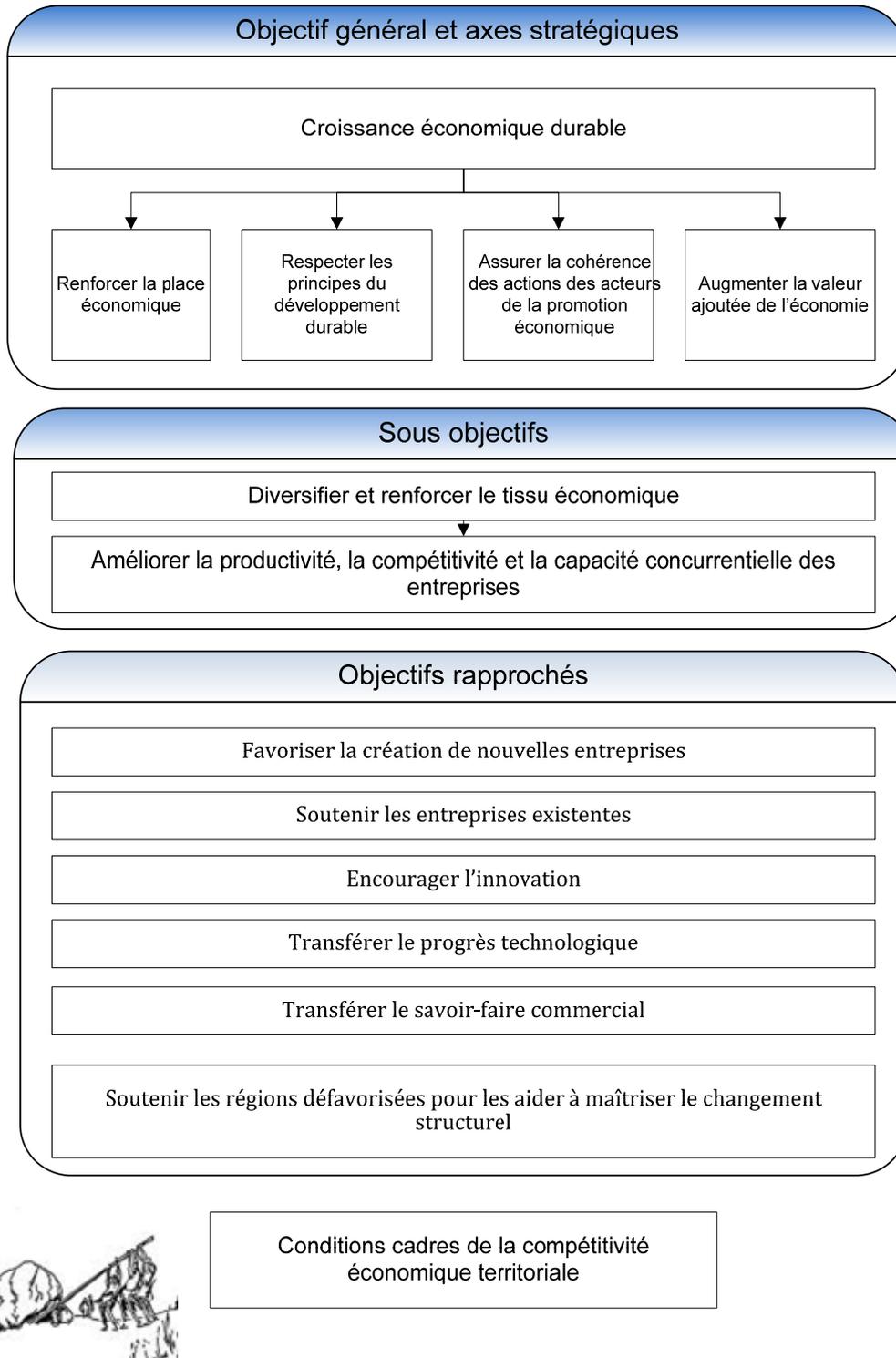
De nombreux territoires ruraux sont confrontés à un manque de croissance régionale et à une offre insuffisante d'emplois concurrentiels. Avec la Nouvelle Politique Régionale (NPR), la Confédération et les cantons suisses aident ces territoires à s'adapter à l'économie globalisée. Les objectifs NPR sont de promouvoir la pensée et les actions entrepreneuriales, de renforcer la capacité d'innovation et la compétitivité et donc d'augmenter la production de valeur ajoutée dans l'économie de ces régions. L'objectif stratégique de la loi fédérale sur l'aide à l'investissement pour les régions de montagnes (LIM) était de soutenir une occupation décentralisée du territoire par le biais du financement d'infrastructures de base. La NPR, quant à elle, est orientée vers de nouveaux défis économiques en mettant l'accent sur la dynamisation économique des régions par des projets innovateurs.

La NPR permet donc de générer de la valeur ajoutée et de maintenir ou de créer des emplois dans la plupart des régions de Suisse situées hors des grandes agglomérations (FriUp support PME).



<http://www.regiosuisse.ch/regionalpolitik/KarteChWirkungsgebiet.jpg>

En se référant aux éléments ci-dessus, on peut résumer le rôle de la promotion économique endogène en Suisse par le schéma suivant.



Corriger d'éventuelles
défaillances de marché

4.3. Gouvernance en matière de promotion économique endogène en Suisse

En Suisse, l'Etat crée le cadre général favorisant le développement et l'équilibre des avantages comparatifs du pays. La diversité et l'interconnexion des nombreux partenaires font de la promotion économique du pays une tâche pluridisciplinaire faisant appel à toutes les politiques pertinentes (Conseil fédéral suisse, 2007).

Au niveau fédéral, la promotion économique endogène englobe des mesures qui concernent la politique en faveur des PME, la promotion des exportations, la politique du tourisme et la politique régionale. Elle se concentre principalement sur des points tels que la création et le maintien d'emplois, le soutien aux régions au-delà des frontières cantonales et nationales (promotion des exportations), le soutien là où les acteurs sont désavantagés (politiques régionales et politiques d'organisation du territoire), l'intensification des contacts entre les entreprises, la mise à disposition d'informations (Portail PME), la création de plateformes pour encourager la coopération, le soutien aux processus d'innovation et la politique du tourisme.

La mise en œuvre de la politique fédérale de promotion économique endogène est répartie entre divers acteurs :

Le **SECO** (secrétariat d'état à l'économie) qui s'occupe principalement de la politique suisse en faveur des PME, de la politique du tourisme, de la politique régionale et d'organisation du territoire.

L'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT) par l'intermédiaire de son **Agence pour la promotion de l'innovation (CTI)** s'occupe de l'encouragement à la recherche. Son objectif est de renforcer la capacité d'innovation en Suisse et de favoriser la coopération entre les centres de recherche et l'économie. Il soutient des projets innovants axés sur les applications et le marché. La mise en œuvre de ces projets est assurée en commun par les hautes écoles, les institutions de recherche et les entreprises suisses. La CTI soutient également la création de start-up technologiques avec un fort potentiel de croissance, ainsi que des consortiums de recherche et développement (Confédération Suisse).



L'OSEC est le centre de compétence pour l'économie extérieure suisse. Il est principalement actif dans la promotion économique endogène grâce à ses « Plateformes export ». Ce dispositif a pour but de faciliter l'accès des PME de certains domaines composant des clusters industriels aux débouchés export les plus prometteurs. Ces branches ont été choisies parce qu'elles comprennent un nombre important de PME innovantes, capables d'exporter, dont le chiffre d'affaires est encore modeste à l'export (<http://www.osec.ch/>).

D'autres partenaires comme l'Assurance suisse contre les risques à l'exportation, l'Union suisse des arts et métiers, economiesuisse, regiosuisse, ainsi que les associations professionnelles sont également associés à la mission de la Confédération en matière de promotion économique endogène.

Les Services cantonaux de la promotion économique offrent principalement, en matière de promotion économique endogène, un service complet aux entreprises en agissant sur les points suivants :

- L'aide aux entreprises locales et au démarrage de nouvelles entreprises
- La coordination entre les différents acteurs économiques du canton
- Le soutien aux entreprises du canton lors de projets d'extension
- La mise en œuvre de la nouvelle politique régionale dans le canton

Tous ces organismes publics agissent en complément de l'offre privée qu'ils ne doivent en aucun cas concurrencer.

4.3.1. Intelligence économique territoriale

L'intelligence économique territoriale reste un outil encore mal connu en Suisse. Elle est à la croisée des concepts de territoire, de société de la connaissance et de développement durable. Elle désigne "l'ensemble des connaissances pluridisciplinaires qui, d'une part, contribue à la compréhension des structures et des dynamiques territoriales et, de l'autre, ambitionne d'être un instrument au service des acteurs du développement durable des territoires". Il s'agit d'un concept à la croisée des notions d'Intelligence Economique et de Knowledge Management, appliqué à un territoire. Il s'agit d'une organisation mutualisée et en réseaux de l'ensemble des informations et des connaissances utiles au développement, à la compétitivité et à l'attractivité d'un territoire, utile pour chacun de ses acteurs. L'intelligence économique territoriale facilite la connaissance de son territoire afin de mieux maîtriser ses ressources et permet de réagir rapidement face aux situations de crise. Elle permet de recenser les bonnes pratiques des autres territoires afin de réaliser un benchmarking. Enfin, elle aide à maîtriser les savoir-faire et les produits de son

propre territoire et peut donc le rendre attractif. Yannick Bouchet, Docteur en Sciences de l'Information & Communication définit ce concept comme un outil permettant d'assurer à moyen et long terme les performances d'un territoire de manière globale, et non pas simplement comme à disposition de chaque entreprise pour sa propre performance. Pour cela, il est nécessaire que les institutions locales évoluent dans le sens d'une mutualisation des informations, dans le but d'anticiper les menaces et les opportunités pour leur territoire. La mise en place d'un système d'intelligence économique territoriale doit permettre un échange des compétences disponibles localement. C'est un outil d'aide à la décision au service de tous les acteurs économiques qui permet de renforcer les compétences d'un territoire tout en anticipant les tendances des autres territoires en matière d'innovation afin de conserver un avantage concurrentiel. C'est donc une véritable arme de stratégie basée sur la prospective. Pour être efficace, elle doit provenir d'acteurs mobilisés et volontaires. L'objectif est de faire émerger une intelligence collective proactive qui a pour but d'améliorer l'état des choses. C'est un outil d'élaboration de stratégies au service d'un projet commun (Goria, Knauf, 2009 ; Bouabdballah, Tholoniati, 2006 ; Bouchet, 2005 ; (Daumas, Girardot, 2002 ; Goria, 2006).

4.4. Conditions cadre de la compétitivité économique territoriale

Pour établir sa politique de développement, une région peut envisager deux types de démarches : la voie basse ou la voie haute (Pyke, Sengenberger, 1992 ; Maillat, Kebir, 2001; Porter, 1990)

- **La voie basse** est axée sur la réduction des coûts de production, notamment ceux de la main-d'œuvre. Elle fait partie des politiques dont l'objectif est d'améliorer l'avantage relatif par les coûts des facteurs. Elle a donc pour but de diminuer les coûts relatifs supportés par les entreprises de la région par rapport aux coûts supportés dans les régions concurrentes.
- **La voie haute**, en revanche, vise l'amélioration de l'efficacité productive et le développement de l'innovation. Pour cela, elle cherche à favoriser les externalités de réseau au niveau territorial par la stimulation des relations de coopération et des effets d'apprentissage. Elle cherche à accroître la compétitivité par la différenciation de l'offre et le développement de spécificités territoriales.

Aujourd'hui, la concurrence territoriale est largement fonction de cette dernière orientation. En effet, le phénomène de globalisation fait tomber les protections nationales, ce qui met chaque région en compétition directe avec les autres régions du monde. Dans ce contexte, le maintien de spécificités territoriales devient nécessaire et requiert une adaptation continue du système territorial de production.

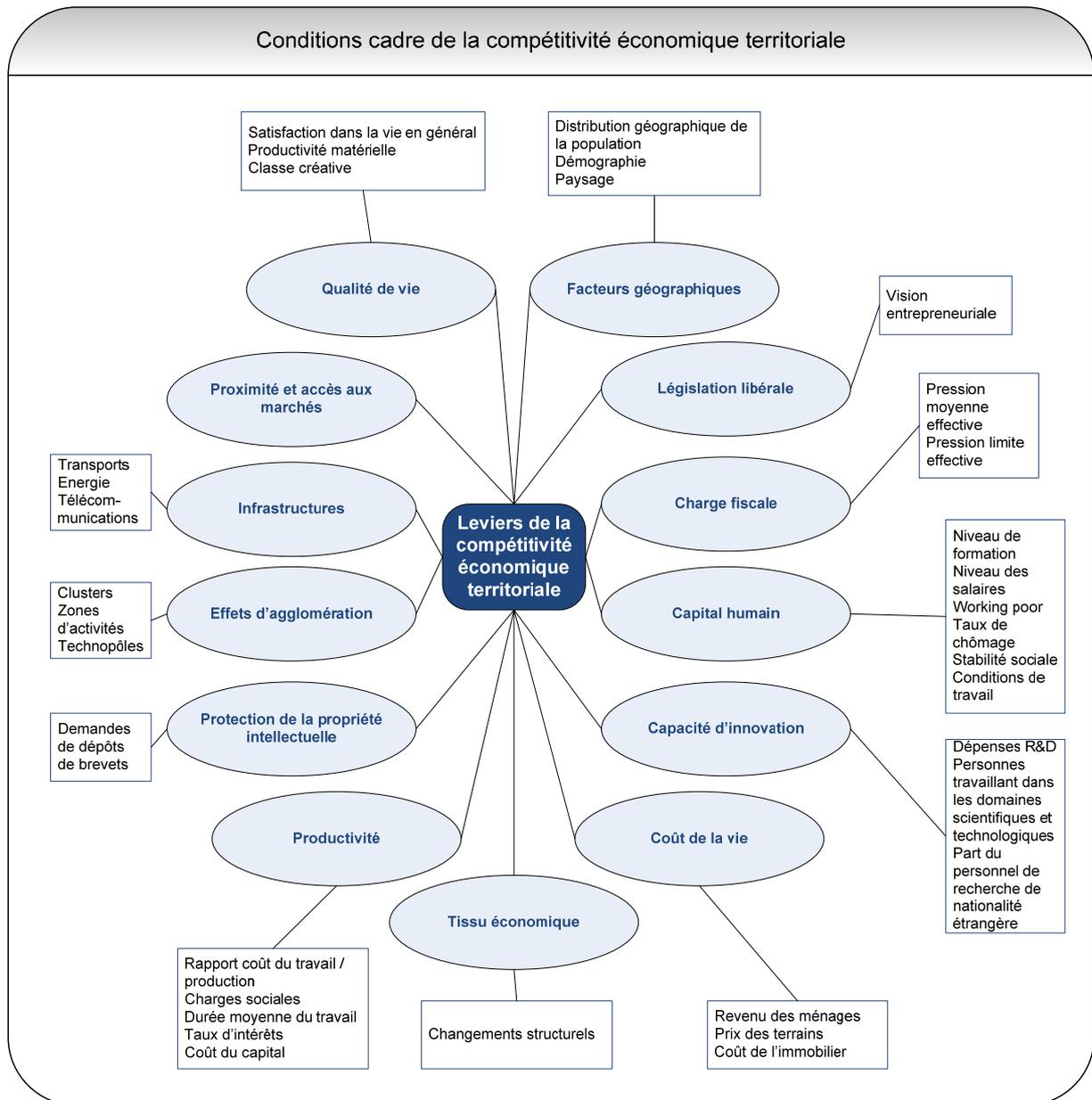
Les contraintes actuelles liées à la compétition globale amènent donc à considérer une région non plus en termes d'espace support mais en termes d'espace actif. Un espace est dit actif lorsque la région dispose d'un système territorial de production capable de renouveler ses ressources, d'innover, de se singulariser et surtout d'apprendre. Dès lors, il apparaît nécessaire de repenser les conditions cadre focalisées jusqu'ici sur la diminution des coûts de production. La démarche de la voie basse est souvent remise en question car les conditions cadre sont devenues génériques (tout le monde les pratique) et conduisent à l'homogénéisation des territoires plutôt qu'à leur singularisation (Maillat, Kebir, 2001 ; Colletis et Pecqueur 1994 ; Morgan, 1997).

Les ressources d'une région sont d'une part quantitatives et matérielles et d'autre part qualitatives et immatérielles. C'est sur ces éléments que les territoires se livrent une concurrence acharnée. Les ressources quantitatives, telles que les matières premières, ont une comparabilité aisée. Les ressources qualitatives, comme le degré d'innovation, sont plus difficiles à évaluer et sont mobiles dans l'espace. Afin de maîtriser ses facteurs de compétitivité territoriale, il est important de les identifier et de savoir dans quelle mesure ils représentent un avantage concurrentiel pour un territoire. Une bonne connaissance et une bonne gestion de ces éléments permettront de conserver et de faire fructifier capital, main-d'œuvre et clientèle, afin de garantir les conditions d'une croissance durable de l'économie (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003).

Les conséquences des conditions cadre sur les régions peuvent être directes ou indirectes. Elles sont directes lorsqu'il s'agit de politiques régionales visant, par exemple, la réduction des disparités ou le redéploiement de régions en crise. Elles sont indirectes lorsqu'une politique macro-économique produit d'autres effets que ceux attendus, telle la politique du taux de change (Crevoisier et al, 2001 ; Maillat, Kebir, 2001).

La compétitivité territoriale est fréquemment évaluée à partir d'indices mixtes quantitatifs et qualitatifs dits de « compétitivité ». L'hétérogénéité des informations utilisées pour construire ces indicateurs, combinaisons de données quantitatives et qualitatives très dissemblables, pose de nombreux problèmes. Outre des indicateurs quantitatifs de performance économique comme le PIB par habitant en parité de pouvoir d'achat, dont la portée statistique a suscité un débat récent, ces indices se sont multipliés au cours des dernières années. Parmi eux, le Competitiveness and Growth Index du Forum économique mondial de Davos et de l'Université d'Harvard et le World Competitiveness Overall Scoreboard de l'Institut international de management de Lausanne (IMD) sont souvent plébiscités (Coeuré, Rabaud, 2003 ; Magnien, Tavernier et Thesmar, 2002).

En se référant aux éléments ressortis de la littérature, on peut estimer que les conditions cadre suivantes influencent la compétitivité économique territoriale.



4.4.1. Capacité d'innovation

Selon différentes études, le potentiel de croissance à long terme de l'économie est déterminé principalement par l'évolution de la productivité. L'innovation permet d'accroître la productivité et de renforcer la compétitivité d'une région. Dans une économie mondialisée où il est toujours plus difficile de se différencier par le prix ou la qualité d'un produit, l'innovation est synonyme de survie. Les régions les plus compétitives sont celles qui peuvent rapidement transformer une idée ou une invention en un produit commercial. La recherche, le développement et la technologie sont des moteurs importants de la capacité d'innovation et de la

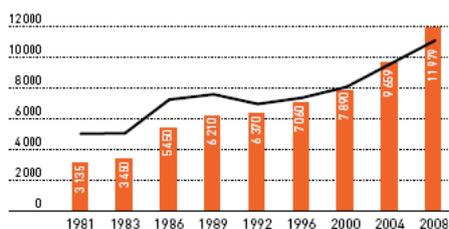
compétitivité d'une société. Ils sont donc importants pour préserver la bonne santé de l'économie (Tremblay, 2006).

Les dépenses en recherche et développement (R-D) consenties par les entreprises débouchent souvent sur des nouveaux produits et contribuent directement à l'accumulation de savoir et donc à la croissance à long terme de la productivité. Ce constat justifie une certaine implication des pouvoirs publics dans la R-D, aussi bien par des travaux ou des financements directs que par des incitations fiscales ou par la protection de la propriété intellectuelle (voir les analyses de Nadiri, 1993 et de Cameron, 1998 ; Bassanini, Scarpetta, 2001 ; Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a ; Développement durable, OFS, 2009e).

Les dépenses intra-muros de R-D constitue l'indicateur privilégié pour mesurer l'effort qu'une économie consacre à la R-D. Elles sont définies comme le montant total des dépenses consacrées aux activités de recherche et de développement réalisées au sein même de l'entreprise, c'est-à-dire « entre ses murs » (Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a).

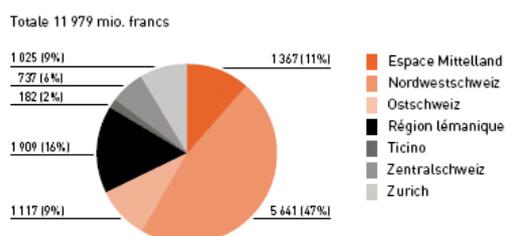
Toutefois, si l'on compare cette dynamique à celle du PIB, agrégat de référence de la croissance de l'ensemble de l'économie, il en ressort que le dynamisme du PIB n'est pas tributaire de celle des dépenses en R-D (Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a).

Dépenses intra-muros de R-D, 1981-2008
En millions de francs (valeurs nominales et valeurs réelles)



Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010

Dépenses intra-muros de R-D selon la région, 2008
Exprimées en parts relatives (%)



La recherche et le développement dans l'économie privée en Suisse OFS, Economiesuisse, 2010

En 2008, les entreprises privées en Suisse ont dépensé 12 milliards de francs pour les travaux de recherche qu'elles ont menés dans leurs murs, soit une augmentation de 24% par rapport aux dépenses de 2004. Ce montant représente 2,2% du PIB. L'enquête 2008 auprès des entreprises privées en Suisse a montré que l'effort réalisé dans la recherche et le développement s'est accentué. Toutefois, toutes les branches économiques et toutes les régions n'ont pas connu le même essor de leurs dépenses de R-D (Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a ; OFS, Economiesuisse, 2010).

La branche « Pharmacie » a consolidé son rôle de leader dans la recherche, avec des dépenses de R-D importantes. La branche « Machines » consacre de moins en moins d'argent à la R-D et perd progressivement du terrain. A l'inverse, les branches à haute technologie, et plus particulièrement les branches « TIC-services », « TIC-fabrication » et « Instrument de haute technologie » dépensent des montants toujours plus importants (Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a).

L'ère du numérique a attisé le phénomène. Désormais, la compétitivité repose non seulement sur l'inventivité, mais aussi sur la vitesse et la fréquence de mise sur le marché. Pour réussir, il faut allier des savoir-faire pointus et des modes de fonctionnement qui favorisent l'intelligence collective et la capacité des entreprises à sentir et à anticiper les attentes de la clientèle (Fribourg Development Agency, 2009).

En Suisse, les entreprises actives dans la R-D ne sont pas réparties uniformément sur le territoire. Dans certaines régions, des clusters se sont développés dans le but de promouvoir des savoir-faire particuliers. Les clusters sont des réseaux denses d'institutions de formation, de recherche et d'entreprises qui concentrent des savoir-faire clés, des ressources et des compétences hautement qualifiées. Ils créent ainsi des pôles de recherche. Les cantons de Berne, Fribourg, Genève, Jura, Neuchâtel, Valais et Vaud ont créé le cluster AlpICT, spécialisé dans les technologies de l'information et de la communication, Bioalps pour les sciences de la vie, Micronarc pour les micro et nanotechnologies et Clean Tech Alps. Dans les secteurs de la biotechnologie et de la santé en général, les clusters suivants se sont notamment développés : BioValley autour de Bâle, Mednet autour de Zurich et Bio Polo dans la région du Tessin. Tous ces projets sont implantés dans des régions transfrontalières et dépassent souvent les frontières nationales (OFS, Economiesuisse, 2010).

Les pôles de compétences jouent un rôle important en tant que pôle d'attraction de la recherche. On observe une concentration particulière de la R-D dans ces régions. Ainsi, 47% des dépenses de R-D de la Suisse se concentrent dans la région Nordwestschweiz qui comprend les cantons de Bâle-Ville, Bâle-Campagne et Aarau. La région lémanique (Vaud, Valais, Genève) vient en seconde place avec 16% du total des dépenses de R-D. 11% des dépenses de R-D se font dans l'espace Mittelland (Berne, Fribourg, Soleure, Neuchâtel et Jura). Ensemble, l'espace Mittelland et la région lémanique, territoire des clusters AlpICT et Micronarc, regroupent 27% des dépenses de R-D. La répartition sur le territoire national des

dépenses intra-muros de R-D correspond dans une bonne mesure à la répartition des branches sur ce même territoire (OFS, Economiesuisse, 2010).

Un deuxième indicateur de la R-D est donné par **la part du personnel de recherche de nationalité étrangère qui travaille dans les entreprises du pays.**

Elle demeure constante entre 2004 et 2008 (32% du personnel total de R-D). En comparaison des autres pays de l'OCDE, les entreprises emploient relativement peu de chercheurs en Suisse. L'union européenne compte en moyenne 55% de chercheurs dans le personnel de R-D de ses entreprises. La Suisse, avec 26% de chercheurs, se retrouve en queue de peloton. Sachant que l'économie suisse se spécialise de plus en plus dans les activités économiques de haute et moyenne technologie, il n'est guère surprenant que les efforts de recherche des entreprises se poursuivent (Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, OFS, 2010a ; OFS, Economiesuisse, 2010).

L'indicateur constitué par **la part des personnes formées et actives dans les domaines des sciences et des techniques (ST)** montre le nombre de scientifiques qui travaillent à la création, à la diffusion et à l'application des connaissances scientifiques et technologiques, par rapport à la population active occupée.

Ce chiffre a augmenté depuis le début des années 1990 (de 13,5% en 1991 à 25,4% en 2008). Cette évolution est due à une concurrence de plus en plus féroce et à la globalisation, qui rendent tous les pays de plus en plus dépendants des connaissances et du savoir-faire scientifiques et technologiques (Panorama, OFS, 2010f).

4.4.2. Capital humain

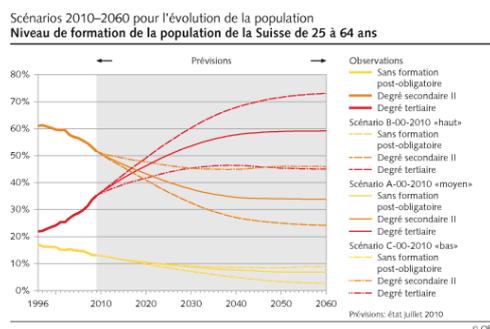
De récentes études sur la croissance affirment que la formation et l'expérience de la main-d'œuvre représentent une forme de capital. L'idée de base du modèle de croissance néo-classique est que le capital humain joue le même rôle dans la production que le capital physique. Celui-ci part du postulat qu'accumuler des années d'études revient à démultiplier la force de travail, autrement dit à augmenter l'efficacité productive. Cette augmentation de l'efficacité permet de compenser les rendements décroissants du capital et par conséquent de soutenir la croissance dans le long terme. Dès lors, le taux de croissance du PIB par habitant pendant une période donnée est donc proportionnel au taux de croissance du niveau d'éducation pendant la même période. Pour maintenir une croissance positive à long terme il faut

donc augmenter toujours le niveau d'éducation de la population (Aghion, Cohen, 2004 ; Solow, 1956 ; Mankiw, Romer et Weil, 1992).

On pourrait affirmer que le capital humain fait l'objet d'une sorte de rendement décroissant. Plus la main-d'œuvre est formée et qualifiée, plus elle bénéficierait de revenus élevés à long terme, mais pas nécessairement d'un taux de croissance des revenus systématiquement plus élevé. D'autre part, l'investissement pour l'apprentissage et la formation pourrait avoir un impact plus permanent sur le processus de croissance si le niveau élevé de compétences et de formation va de pair avec une intensification des activités de R-D et une accélération du progrès technologique, ou si l'adoption de nouvelles technologies est facilitée par une main-d'œuvre hautement qualifiée (Panorama, OFS, 2010f ; Bassanini, Scarpetta, 2001 ; Evolution future du niveau de formation, OFS, 2009g).

Le **niveau de formation de la population** est l'indicateur le plus courant pour quantifier la qualité de formation de la main-d'œuvre d'un pays. L'efficacité économique d'une société et son capital productif, social et humain devrait être constamment améliorés. Une main d'œuvre hautement qualifiée constitue un important facteur de préservation de la compétitivité d'un pays. Cela nécessite d'une part de bonnes possibilités de formation, d'autre part des emplois permettant de mettre en œuvre le savoir acquis (Panorama, OFS, 2010f ; Bassanini, Scarpetta, 2001 ; Evolution future du niveau de formation, OFS, 2009g).

Ces dix dernières années on a noté une hausse très importante du niveau de formation de la population suisse. Cette hausse devrait se poursuivre à un rythme élevé et la proportion de diplômés du degré tertiaire devrait dépasser 43% en 2018, alors qu'il n'était que de 34% en 2008. La proportion de personnes ayant achevé leur formation au niveau de l'école obligatoire devrait continuer à régresser lentement. Elle devrait atteindre en 2018 12% de la population, contre 14% en 2008. La méthode utilisée par l'OCDE diffère de celle utilisée par l'OFS, dès lors, il n'est pas possible de faire des comparaisons du positionnement à terme de la Suisse au niveau international (Evolution future du niveau de formation, OFS, 2009g).



Les arguments concernant le **niveau des salaires** sont aussi vieux que le capitalisme. La mondialisation s'accompagne d'une mobilité croissante des facteurs de production dont doit tenir compte toute politique de compétitivité. La dotation en capital humain est le déterminant principal des différences spatiales de rémunération. Au sein d'une activité donnée, les localisations mieux dotées en personnel qualifié rémunèrent mieux (Debonneuil, Fontagné, 2003).

Certaines études affirment que la baisse du coût du travail a des effets positifs sur l'économie et l'emploi, car elle permet de baisser les prix et donc de gagner des parts de marché, de rétablir le taux de marge et donc de favoriser l'investissement. Cela permet d'éviter les délocalisations vers les régions à bas coût de main-d'œuvre et d'améliorer l'attractivité pour les capitaux qui, autrement, iraient voir ailleurs. Certaines théories émettent l'hypothèse que si la compétitivité est mise à mal, on finirait par détruire des emplois au lieu d'en créer. La compétitivité fondée sur les bas salaires est une illusion car sur ce terrain on ne concurrencera jamais les pays à faibles rémunérations. D'autres affirment que les revenus salariaux permettent une satisfaction des besoins sociaux et la création d'emplois supplémentaires. Une telle orientation est contradictoire avec une compétitivité fondée sur d'autres facteurs que le prix, à savoir la qualification du travail, la qualité, et l'incorporation des nouvelles technologies. Dès lors, il faut choisir entre le discours sur l'économie de la connaissance et celui de la compétitivité (Husson, 2003 ; Husson, 2006).

Le relevé des salaires réalisé en octobre 2008 fait apparaître pour l'ensemble de l'économie suisse (privée et publique) un salaire mensuel brut standardisé de 6046 francs, c'est-à-dire recalculé sur la base d'un équivalent plein temps de 4 1/3 semaines à 40 heures de travail. Toutefois les disparités entre les branches et les régions sont importantes (L'enquête suisse sur la structure des salaires 2008, OFS, 2010d).

La Suisse faisait partie en 2006 du trio de tête dans le classement des salaires européens en euros, aux côtés de la Norvège et du Danemark. Dans la plupart des pays d'Europe, les salariés les moins bien payés travaillent dans la branche de l'hôtellerie et de la restauration. Les mieux rémunérés se retrouvent dans le secteur financier et celui des assurances. Dans ces deux branches, la rémunération des personnes salariées, comparée à celle de leurs concitoyens, est d'autant plus haute que le niveau salarial du pays est bas. Bien que les salaires moyens soient souvent plus élevés en Suisse, le coût global du travail soutient largement la comparaison internationale. En effet, la mise en commun de tous les pondérant (charges sociales moindres, haut niveau de productivité, durée du temps de travail plus longue, taux d'absentéisme faible, paix du travail, etc.) permet à la Suisse d'être attractive et compétitive (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009 ; Le marché du travail en comparaison internationale, OFS, 2008f).

L'émergence de nouveaux risques sociaux, tels que l'exclusion sociale, les Working poor, la monoparentalité ou la difficulté à concilier travail et famille, a fortement remis en question l'efficacité sociale des structures mises en place durant les années de l'après-guerre. En même temps, ces structures, du fait du vieillissement démographique, vont nécessiter au cours des prochaines décennies un apport de fonds supplémentaires considérable. Il faut donc élargir le champ d'action de l'Etat aux nouveaux risques sociaux et en même temps dégager les ressources pour préserver les acquis dans une société vieillissante. L'enjeu consiste à préserver le degré de cohésion sociale. Un emploi est considéré à « bas salaire » lorsque le salaire mensuel brut standardisé est inférieur aux deux tiers du salaire brut médian standardisé (Bas salaires et working poor en Suisse OFS, 2008b ; Bonoli, 2008).

En 2006, le taux de **working poor** en Suisse atteint 4,5% des travailleurs vivant dans un ménage comptabilisant au moins 36 heures par semaine. Cela représente environ un travailleur sur vingt-deux vivant dans un ménage ayant au moins une activité professionnelle en équivalent plein temps. Près de la moitié des postes de travail à bas salaire se concentre dans les deux branches économiques suivantes : « hôtellerie et restauration » et « commerce de détail ». Dans ces deux branches on retrouve respectivement 25,4% et 20,3% des postes à bas salaire de l'économie (Bas salaires et working poor en Suisse OFS, 2008b).

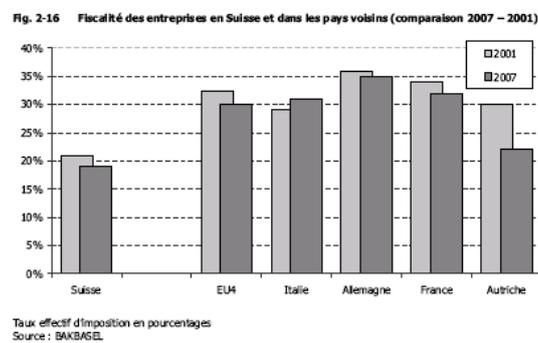
Le **taux de chômage** important peut affecter la compétitivité d'une région. Dans le cadre du développement durable, les personnes qui veulent travailler doivent pouvoir trouver un emploi valorisant qui leur permette de subvenir à leurs besoins. Chaque individu doit avoir les mêmes chances sur le marché du travail. Les personnes défavorisées doivent y être intégrées. Cet indicateur montre dans quelle mesure le système économique est capable de procurer un emploi aux personnes qui souhaitent travailler. Le chômage est surtout important chez les jeunes de 15-24 ans et ne cesse d'augmenter (Développement durable, OFS, 2009e ; Panorama, OFS, 2010f).

Les relations entre patronat et syndicats de travailleurs s'appuient beaucoup sur la négociation. La **stabilité sociale** est spécifiquement bonne en Suisse. Environ 40 % des salariés du secteur privé sont couverts par une convention collective. Grâce aux bonnes conditions de travail, à de tels accords et à la responsabilité personnelle de chacun, les grèves sont presque inexistantes et les employés sont particulièrement motivés en Suisse (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009).

Une enquête indique que la Suisse se situe dans le peloton de tête des 31 pays interrogés et que les **conditions de travail** y sont bonnes, voire excellentes. 91% des personnes interrogées indiquent être satisfaites, voire très satisfaites, de leurs conditions de travail (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009).

4.4.3. Charge fiscale

La pression fiscale affectant les sociétés et la main-d'œuvre très qualifiée joue un rôle important dans la concurrence que se livrent les régions en tant que sites d'implantation pour les entreprises. Du fait de la mondialisation, cette concurrence s'exacerbe même (BAK Basel, 2009).

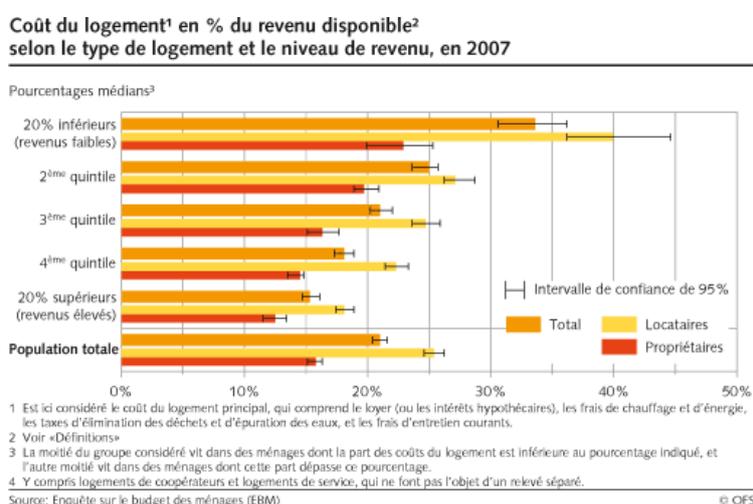


Traditionnellement, les discussions sur la compétitivité fiscale des régions tiennent compte en priorité du capital et des firmes mobiles. Cette approche ne va pourtant pas assez loin. La mobilité des employés, en particulier celle du personnel très qualifié, mérite aussi une certaine attention. Des sondages ont révélé que les firmes se livrent une forte concurrence pour recruter les salariés les plus qualifiés. La concurrence entre les entreprises en tant qu'employeur s'effectue, en ce qui concerne le traitement, au niveau du revenu disponible après impôts et taxes. Étant donné que les entreprises doivent compenser à ce niveau les différences interrégionales et internationales de pression fiscale et de taxes en tout genre, ces impôts et taxes ont donc aussi une grande signification pour les entreprises. Pour le calcul de l'imposition des entreprises, l'institut BAK Basel applique l'approche Devereux-Griffith (DG Approach). Cette approche calcule la « **pression fiscale moyenne effective** » ainsi que la « **pression fiscale limite effective** ». La première est celle qu'il convient de prendre en compte dans le cas de l'établissement d'une firme alors que la seconde joue un rôle important pour l'ampleur des investissements dans des entreprises liées à un lieu déterminé, autrement dit en particulier pour les PME (BAK Basel, 2009 ; Coeuré, Rabaud, 2003).

4.4.4. Coût de la vie

La part du **revenu que les ménages** consacrent au logement détermine en bonne partie les moyens qui leur restent pour couvrir leurs besoins quotidiens et pour faire face à d'éventuelles dépenses inattendues. L'évolution du loyer des logements est particulièrement importante pour les ménages puisqu'ils représentent environ le 18% du budget de ces derniers (Prix, OFS, 2010g ; niveau vie, OFS, 2010h)

De 2005 à 2009, les loyers ont augmenté en moyenne de 9,5%, alors que les autres prix à la consommation n'ont progressé en moyenne que de 2,5% (Prix, OFS, 2010g).



Selon l'emplacement et la situation, le **prix de vente et le loyer** de locaux commerciaux et de surfaces industrielles diffèrent considérablement. En outre, il existe une disparité marquée entre les centres urbains et les périphéries (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009).

4.4.5. Effets d'agglomération

L'agglomération peut être définie comme un réseau localisé d'acteurs et d'institutions dans les secteurs public et privé, dont les activités et les interactions génèrent, attirent, modifient et diffusent les nouvelles technologies (Cantwell et Iammarino, 2003 ; Villa Borges, Jacquier-Roux, Le Bas, 2006).

L'avantage concurrentiel d'un territoire repose sur l'aptitude des différents acteurs publics et privés de la région à s'insérer dans des relations d'interdépendance. Mais l'émergence de synergies n'est ni spontanée, ni automatique. Le réseautage entre les entreprises et les institutions s'inscrit dans le temps. Les habitudes de travail en commun ne se développent qu'à moyen ou long terme. Pour accélérer le processus de mise en réseau, l'Etat peut jouer un rôle en prenant en charge ce que Colette Fourcade, spécialiste française du développement local, appelle l'activation résiliaire.

Les parcs technologiques en sont des exemples. Les **réseaux technopolitains** et **territorialisés** doivent se connecter sur le reste du monde. La pérennité d'un territoire repose grandement sur les relations extraterritoriales que les acteurs locaux ont nouées avec d'autres partenaires. L'Etat doit donc construire un pont entre le local et le global (Torrès, 1999 ; Colette Fourcade, 1993).

4.4.6. Facteurs géographiques

Aujourd'hui, on peut avancer l'idée que le territoire constitue un gisement de compétitivité. Les entreprises sont largement tributaires de la qualité de leur environnement géographique immédiat. Dès lors, la confrontation de l'économie et de la géographie paraît évidente. Dans le processus de production, l'économie explique le « pourquoi » et la géographie précise le « où ». L'analyse économique ne peut ignorer les effets spatiaux de la globalisation. La géographie économique et culturelle qui naît des évolutions du monde, n'est rien d'autre qu'une analyse d'un espace physique sur lequel vivent des hommes qui engendrent de l'innovation (Pecqueur, 2004).

La **distribution géographique de la population** reflète très bien la tendance à l'équilibrage et à la spécialisation des sites. Cet indicateur peut fournir des renseignements sur le tissu économique d'une région. Une grande partie de la population vit à présent en milieu urbain, que ce soit en Suisse ou en Europe. Les aires urbaines sont les moteurs du développement économique, social et culturel, en concentrant les forces d'innovation et les centres de décisions politiques et économiques. Elles jouent un rôle déterminant pour l'avenir des Etats (StatEspace, OFS, 2009a).

En Suisse, 37% de la population vit dans les cinq plus grandes agglomérations du pays. Autrement dit 63% des Suisses habitent encore hors des grandes villes (Conseil fédéral suisse, 2007).

La population ainsi que son évolution sont des éléments importants pour la compétitivité d'une région. Le recul de la population et la modification durable de la structure de la **pyramide des âges** a des conséquences qui influencent l'économie et la société dans son ensemble. Il peut affecter directement le potentiel de main d'œuvre et réduire la compétitivité économique (Bas salaires et working poor en Suisse OFS, 2008b ; StatEspace, OFS, 2009a).

En 2050, la population européenne en âge de travailler (personnes de 15 à 64 ans) aura diminué de 29%. On sait que la capacité de travail physique diminue avec l'âge, mais personne ne connaît les effets sur la productivité. Généralement, les salariés

âgés sont moins ouverts aux nouveaux produits et aux procédés innovants, ce qui représente un risque pour l'avenir. D'habitude, les entreprises hautement spécialisées et dont les activités sont basées sur une forte division du travail, confient « l'innovation produit » et « la modernisation des processus » à leurs jeunes salariés. C'est donc la plupart du temps grâce à l'embauche de jeunes fraîchement issus du système de formation, que les entreprises renouvellent leur savoir. Faute de jeunes actifs en nombre suffisant, cela ne sera plus possible à l'avenir. En revanche, le déficit physique pourra partiellement être compensé par la mise en œuvre de nouvelles technologies (Wahl, 2005).

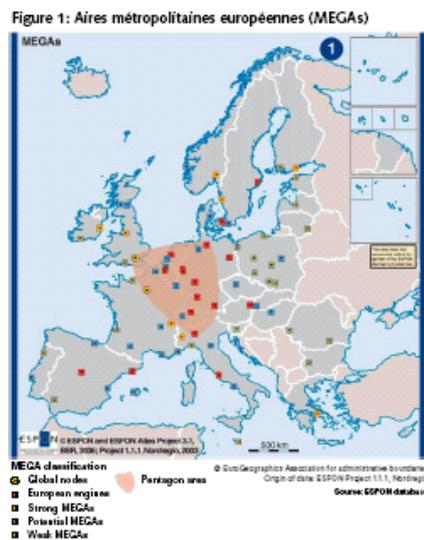
Le **paysage** est reconnu comme facteur de développement local dès le préambule de la convention européenne du paysage : "landscape has an important public interest role in the cultural, ecological, environmental and social fields, and constitutes a resource favourable to economic activity and whose protection, management and planning can contribute to job creation". Bien qu'étant considéré souvent comme une externalité d'autres processus de production (agricole, sylvicole notamment), il permet d'attirer des ménages. Cet argument revêt une importance croissante en raison des sensibilités grandissantes entre lieux de consommation, de travail, d'habitation et de loisirs (ASRDLF, 2009 ; CE, 2000).

La Suisse est riche en paysages naturels qui contribuent à la qualité de vie. Ses paysages sont reconnus et recherchés. Par conséquent, ils contribuent au développement du tourisme et de ce fait au développement économique. Toutefois, l'environnement de la Suisse est soumis à une forte restructuration de son espace. Ceci est dû notamment à l'industrie, à l'agriculture, aux transports et au tourisme. La croissance incontrôlée des zones urbanisées provoque le morcellement du paysage et rend difficile une organisation des transports apte à ménager les ressources. Comme on ne dispose pas pour l'instant d'indicateurs sur l'état du paysage, le degré de morcellement du paysage est un indicateur approprié du caractère du paysage au niveau fédéral et cantonal. Il permet de contrôler l'efficacité des mesures et des objectifs fixés pour le développement du paysage (Morcellement du paysage en Suisse, OFS, 2007a ; OCDE, 2007a ; L'environnement suisse, OFS, 2009b).

Entre 1950 et 2000, les surfaces bâties ont quasiment doublé en Suisse. Le degré de morcellement du paysage a progressé de 88% au cours des 70 dernières années. Afin de conserver des surfaces libres dans le paysage, il est nécessaire de limiter de manière cohérente l'extension des zones bâties. Il faut veiller à une utilisation mesurée du sol et favoriser les zones intercommunales destinées aux arts et métiers afin de contribuer à un développement du territoire sollicitant peu de surfaces et morcelant donc moins le paysage. Plus les zones bâties seront dispersées, plus il sera coûteux d'entretenir les infrastructures nécessaires à leur approvisionnement

(Morcellement du paysage en Suisse, OFS, 2007a ; Forum Ecoparc 2009, OFS, 2009f ; L'environnement suisse, OFS, 2009b).

Sur le plan européen, l'UE vise un développement équilibré du territoire selon un modèle polycentrique, en dehors en particulier du pentagone déjà densément peuplé qui se situe entre les villes de Londres, Hambourg, Munich, Milan et Paris. Des Aires Métropolitaines de Croissance en Europe ont été identifiées dans ce but. Il s'agit d'aires qui devraient bénéficier d'un encouragement spécial au développement. Une coopération en matière de programmes de promotion y est envisagée (StatEspace, OFS, 2009a).



4.4.7. Infrastructures

Les **transports** sont nécessaires au bon fonctionnement d'une économie basée sur la division du travail, mais ils sont synonymes de bruit, de pollution atmosphérique, de consommation de ressources naturelles et d'émissions de gaz à effet de serre. En Suisse, l'outil utilisé pour comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre est la NAMEA (National Accounting Matrix including Environmental Accounts). Dans les pays comme la France ou la Suisse, où l'énergie nucléaire et hydraulique prédomine, les émissions sont plus basses (Avenir-Suisse, 2010 ; Panorama, OFS, 2010f ; Espace et environnement, OFS, 2009c).

L'énergie est considérée comme une base importante du développement économique et du bien-être. Avec le travail et le capital, l'énergie peut être considérée comme un facteur de production. Elle constitue un substitut pour le travail, puisqu'elle est nécessaire au fonctionnement des machines. Elle représente donc une ressource stratégique pour toute économie nationale. Elle est utilisée aussi bien dans les processus de production de l'industrie et de l'agriculture que dans les

services. Sa disponibilité et son prix sont des critères déterminants de la capacité productive. L'utilisation d'énergie est déterminée par la structure sectorielle de l'économie : une part élevée d'industrie lourde implique des besoins énergétiques plus élevés, alors qu'un secteur de services important réduit ces besoins. Des facteurs tels que le climat, les distances de transport ou le prix de l'énergie déterminent également la consommation. Lorsque les prix de l'énergie sont élevés, l'attrait pour une utilisation efficace de l'énergie, par exemple en renouvelant le parc de machines, augmente. La productivité matérielle (ou intensité matérielle) permet d'évaluer les besoins en ressources naturelles d'une région. Elle se calcule en divisant le PIB par l'ensemble des besoins matériels (TMR). La productivité matérielle augmente lorsqu'on réalise des gains plus élevés en utilisant moins de ressources ou lorsque la quantité de ressources utilisées croît plus lentement que le PIB (Besoins matériels de la Suisse. OFS, 2008a ; Avenir-Suisse, 2010).

En Suisse, depuis 1910, une croissance économique d'un pour cent du produit intérieur brut s'accompagnait d'une augmentation de la consommation d'énergie d'environ 1,1%. Depuis 1995, le PIB croît un peu plus que la consommation d'énergie. Cette évolution indique que l'efficacité énergétique de l'économie suisse a eu tendance à augmenter ces dernières années. Elle est due surtout à des innovations technologiques, au remplacement de sources d'énergie fossiles par l'électricité, ainsi qu'à des changements structurels : l'industrie énergétiquement intensive a été de plus en plus remplacée par le secteur tertiaire. Toutefois cette vision est erronée car des parties de la chaîne de création de valeur particulièrement exigeantes en énergie ont été externalisées à l'étranger. Pour les entreprises utilisant intensivement l'énergie, le prix des combustibles et de l'électricité exerce une influence énorme sur la rentabilité (Avenir-Suisse, 2010 ; Panorama, OFS, 2010f).

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) qui regroupent les entreprises productrices de biens et de services dans le domaine des technologies de l'information et de la communication forment un des piliers de la politique économique d'une région. Malgré la taille relativement modeste du secteur NTIC dans le produit intérieur brut suisse, son importance est croissante.

De 1998 à 2006, le secteur TIC présente la plupart du temps des contributions positives à la croissance du PIB. Ce résultat est principalement dû à la forte dynamique de ce secteur. De 1991 à 2006, l'évolution de l'emploi du secteur TIC présente une dynamique nettement plus forte que celle de l'économie nationale. Sur la période 1997–2001, l'emploi en EPT de l'ensemble du secteur TIC progresse de 8,2% en moyenne annuelle. En 2007, la Suisse arrive en tête avec 5,2% d'actifs spécialistes TIC. Au cours des années 1990, de plus en plus de jeunes entrent dans

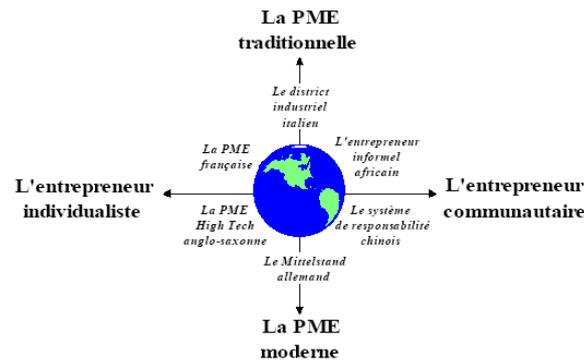
les professions des technologies de l'information et de la communication par le biais de l'apprentissage (Indicateurs de la société de l'information en Suisse, OFS, 2008c).

4.4.8. Législation libérale

Thomas Jefferson, l'un des pères fondateurs des Etats-Unis d'Amérique, considérait que : « la meilleure des sociétés est celle qui se compose du plus grand nombre possible d'entrepreneurs indépendants, propriétaires des outils nécessaires à leur activité, seuls responsables de l'organisation de leur travail et ne recevant par là même d'ordre d'aucun autre mortel... ». On retrouve dans ces propos, toute l'essence de la philosophie politique et économique d'une société libérale. Le marché est ici à la fois efficace et efficient mais aussi vecteur de justice sociale (Olivier Torrès, 1999 ; Tugrul Atamer, Olivier Torrès, 2007).

L'entrepreneuriat est fondé sur une philosophie qui privilégie la saisie d'opportunités pour créer des activités nouvelles ou régénérer des activités existantes. Les systèmes institutionnels tels que le marché du travail, le système financier, le système de gouvernance des entreprises mais aussi le système éducatif et de protection sociale sont à la fois des contraintes mais aussi des incitations pour mener des activités économiques. Comme l'entrepreneur est celui qui exploite les opportunités et qui compose avec les contraintes, il est d'une certaine manière le produit d'un système institutionnel donné. La diversité des systèmes institutionnels qui caractérisent les économies fait que l'entrepreneuriat diffère dans ses comportements et ses caractéristiques, selon les contextes institutionnels dans lesquels il évolue (Olivier Torrès, 1999 ; Tugrul Atamer, Olivier Torrès, 2007 ; Alain Peyrefitte, 1995).

La PME ne revêt pas la même signification selon les régions. Deux conceptions différentes de la PME caractérisent les pays occidentaux. La première symbolise l'esprit d'indépendance dont les petits commerçants et artisans ont toujours fait preuve à l'égard des financiers et des pouvoirs publics. A l'opposé, une image plus moderne correspond à celle véhiculée dans la plupart des pays anglo-saxons et qui constitue les fondements du capitalisme. L'entrepreneur est valorisé dans sa dimension créatrice et accepté dans sa dimension destructrice, à l'image de tous les créateurs d'entreprises high tech de la Silicon Valley. Cette forme d'entrepreneuriat privilégie des valeurs comme l'autonomie, l'innovation, la créativité, l'originalité, la quête permanente d'un avantage pionnier (Olivier Torrès, 1999 ; Tugrul Atamer, Olivier Torrès, 2007)



Dans les pays développés, la PME représente l'entreprise pourvoyeuse d'emplois et nourrit tous les espoirs de la classe politique. Pour les droites libérales ou classiques, elle est le symbole du libéralisme, de la liberté d'entreprendre, de l'esprit d'indépendance et du travail. Pour la gauche, c'est l'entreprise à visage humain plus soucieuse que la grande entreprise de préserver les équilibres sociaux face aux impératifs économiques. De ce fait, la PME fait l'objet d'une instrumentalisation de plus en plus forte de la part des pouvoirs publics (Olivier Torrès, 1999 ; Tugrul Atamer, Olivier Torrès, 2007).

4.4.9. Productivité

Sur le long terme, l'élévation des gains de productivité doit être recherchée, afin d'élever le rythme de la croissance potentielle de façon à éviter une incitation insuffisante à investir, du fait d'une trop faible rentabilité des entreprises ou d'une demande des ménages insuffisante (Banque de France, 2003).

La productivité mesure l'efficacité avec laquelle les facteurs de production (travail et capital) disponibles au sein d'une économie sont utilisés dans le cadre du processus de production. Les analyses de la productivité mettent la performance économique d'un pays en relation avec la main-d'œuvre et le capital utilisés pour produire des biens et services (Productivité du travail, OFS, 2008d).

La **productivité du travail** mesure l'efficacité avec laquelle les ressources humaines sont engagées dans le processus de production. Elle est un des concepts qui convient particulièrement bien pour évaluer le niveau de vie d'un pays. En effet, la productivité du travail a des liens étroits avec la notion de revenu. On considère qu'une progression importante de la productivité dans le temps permet, via des opérations de redistribution, un accroissement des revenus et du niveau de vie d'une nation. La productivité du travail peut être estimée pour une économie totale en se référant au produit intérieur brut (Mankiw, 1998 ; Productivité du travail, OFS, 2008d).

Lorsqu'elle n'est pas accompagnée d'une croissance économique, la hausse de la productivité du travail peut également engendrer un recul du volume du travail. La baisse du volume de travail se traduit par un recul de l'emploi, sauf si l'augmentation de la productivité est compensée par une réduction des horaires de travail (Confédération Suisse OFS, 2010j).

Entre 1991 et 2006, la productivité horaire du travail en Suisse a augmenté de 20% (Confédération Suisse OFS, 2010j).

Une forte quote-part de l'épargne et d'importants afflux financiers en provenance de l'étranger permet aux instituts de prêts suisses de proposer des **taux d'intérêts avantageux** en comparaison internationale. Ces faibles taux permettent ainsi de réduire les coûts liés au financement des activités courantes et des investissements. Grâce au **coût modéré du capital**, l'industrie utilise des outils de production technologique à forte intensité de capital, que vient compléter une main-d'œuvre moins nombreuse mais hautement qualifiée (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009).

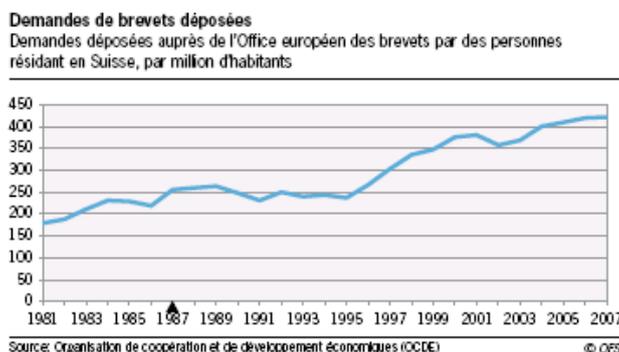
Grâce au **nombre d'heures travaillées**, une productivité particulièrement élevée, une attitude éthique face au travail (absentéisme réduit, grèves rares, forte motivation, etc.) et des **charges sociales avantageuses** en comparaison européenne, le rapport coûts / bénéfice est très intéressant pour les employeurs en Suisse. Même si les salaires sont plus élevés que dans le reste de l'Europe, le coût global du travail est compétitif (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009).

4.4.10. Protection de la propriété intellectuelle

La **protection de la propriété intellectuelle** est fortement développée en Suisse. Quiconque veut faire breveter une invention, enregistrer une marque ou déposer un design doit s'adresser à l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI). La Suisse est signataire de la convention de l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle). Ainsi, les entreprises actives sur le plan international peuvent obtenir des droits à l'échelle mondiale pour une inscription unique. La créativité et l'innovation sont ainsi bien gardées!

La Suisse est leader mondial dans le nombre d'inventions brevetées par habitant (Promotion économique de la République et Canton du Jura, 2009). Le nombre de **demandes de brevets déposés auprès de l'Office européen des brevets par des**

personnes résidant en Suisse augmente chaque année (Développement durable, OFS, 2009e).



4.4.11. Proximité et accès aux marchés

De nombreuses enquêtes montrent que les PME s'appuient sur les ressources de leur environnement local afin de résoudre de nombreux problèmes. Elles ont, en général, un marché relativement restreint. Les ventes se réalisent le plus souvent à l'échelle locale ou régionale. Cette proximité permet aux dirigeants des PME de tisser des relations privilégiées avec leurs clients et fournisseurs. Le pouvoir de marché des PME est lié à la proximité et non aux économies d'échelle. Un comportement axé sur la proximité réduit le niveau d'incertitude et facilite l'action. Le caractère de **proximité de la clientèle** des PME est renforcé par la forte concentration des PME dans les activités de service. Le service est une activité où l'interaction entre le producteur et le consommateur est forte. L'internationalisation des PME suit un cheminement lent et progressif qu'on appelle le modèle "séquentialiste". Les PME exportent d'abord à destination des pays les plus proches géographiquement (Torrès, 1999)

4.4.12. Qualité de vie

Afin d'être compétitives, les entreprises cherchent à attirer de nouveaux talents, puis à les garder. Les cerveaux sont très mobiles et en grande demande. Bien des chercheurs émettent des réserves sur la définition du concept de qualité de vie, telle qu'utilisée dans les études sur la compétitivité urbaine. **La satisfaction dans la vie en général** est une mesure globale de la qualité de vie subjective de la population (niveau vie, OFS, 2010h ; Tremblay, 2006).

Certains affirment que les gens sont la vraie source de la croissance économique. Une bonne qualité de vie ainsi qu'une population diversifiée et tolérante sont aussi un gage de réussite. Les entreprises s'installent généralement dans les villes où se trouvent les créateurs. La théorie de la **classe créative** se fonde sur l'idée qu'une classe de travailleurs à l'esprit créateur, fortement scolarisés et mobiles, accorderait

autant de valeur au lieu qu'ils habitent, qu'à l'emploi qu'ils occupent. La masse critique de créateurs se retrouve dans les villes qui font preuve de tolérance, d'ouverture d'esprit et qui offrent une bonne qualité de vie et une bonne gouvernance. Plus une ville est branchée et diversifiée, plus elle a de chances d'attirer des travailleurs qualifiés. Les talents choisissent les régions qui correspondent le mieux à leurs aspirations personnelles, familiales et professionnelles, amenant les firmes de recherche et de fabrication de matériel en haute technologie à se localiser dans les villes offrant une bonne qualité de vie (paysage attrayant, climat doux, faible taux de criminalité, vie urbaine animée, nombreux musées accessibles, réseau étendu de pistes cyclables, réseau de transport en commun efficace, bonnes écoles, etc.) (Tremblay, 2006 ; Gottlieb, 1995 ; Florida, 2002, 2005 ; Gerlter et al., 2002 ; Walcott, 2002 ; Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003).

C'est l'idée originale que défend Richard Florida, professeur à l'Université Carnegie Mellon de Philadelphie, auteur du livre "The rise of the creative class". Il a notamment mis au point un indice pour évaluer quelles sont les villes les plus susceptibles d'attirer des cerveaux : l'indice bohémien qui reflète la vigueur du milieu culturel (Charbonneau, Lewis, Manzagol, 2003).

Toutefois le sociologue R. Lang fait une critique assez négative de la théorie de R. Florida. Selon lui, la classe créative se concentre dans les régions métropolitaines qui comptent un grand nombre de sous cultures. Il s'agirait donc moins d'une problématique de qualité de vie et de lieu que de taille et de densité (Tremblay, 2006 ; Lang, 2006).

Pour J. Kotkin et F. Siegel, les critères de qualité de vie urbaine auxquels les talents porteraient une attention particulière seraient plutôt le coût de la vie, le temps de transfert et le degré de stimulation intellectuelle et sociale dans leur domaine. Contrairement à R. Florida, J. Kotkin pense que les talents sont peu préoccupés par ce qui se passe au centre ville. Ils aiment se regrouper en communautés dans ce qu'ils appellent des Nerdistans, c'est-à-dire des banlieues de style « campus » regroupant plusieurs firmes de haute technologie aux allures postmodernes et autour desquels résident des milliers d'employés et leur famille. Les ingénieurs recherchent ce type d'environnement parce qu'il est pratique, nouveau et qu'il correspond à leur esprit « cartésien ». Aux USA, la Jolla en périphérie de San Diego et Cary près de Raleigh correspondent bien au concept de Nerdistan (Tremblay, 2006 ; Kotkin, 2000 ; Siegel, 1999).

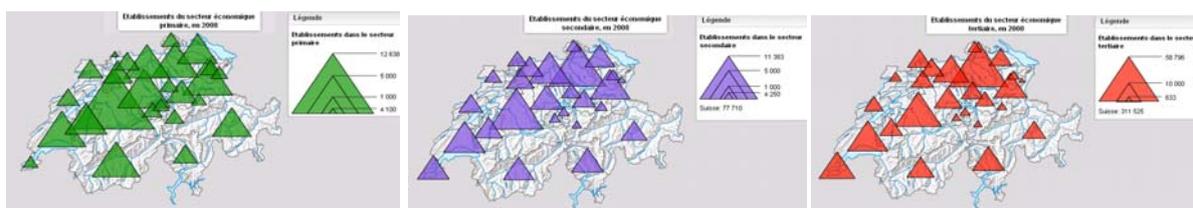
M. Castells et P. Hall sont plus catégoriques et affirment que les talents cherchent d'abord un milieu de travail intellectuellement stimulant, sans plus : « People do not

live in milieu of innovation because of quality of their life or beauty of their nature... they rely on the simple and fundamental fact that of being the depository of the most advanced knowledge in electronics and on its capacity to generate the next generation of such knowledge by processing the flows of information through its social networks and professional organizations. » (Tremblay, 2006 ; Castells, Hall, 1994).

4.4.13. Tissu économique

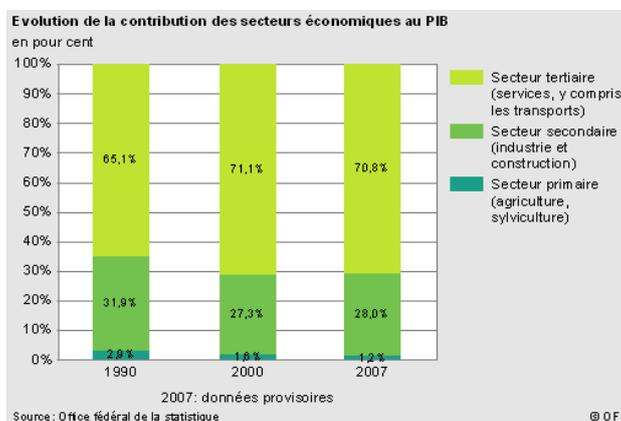
L'une des manières d'appréhender l'évolution à moyen et long termes des économies est au travers de la capacité des économies à « prendre le virage » nécessaire pour relever le défi de la compétitivité et de l'innovation (Ministère français de l'économie, des finances et de l'industrie, 2006).

A l'instar de la plupart des pays de l'OCDE, la Suisse a connu cette dernière décennie plusieurs **changements structurels** successifs de son économie. Depuis 1848, la Suisse est passée d'un pays agricole à un pays à caractère industriel, puis à dominante tertiaire.



www.statatlas-suisse.admin.ch

En comparaison européenne, la Suisse fait partie des pays où l'importance du secteur primaire (agriculture, sylviculture, chasse, pêche et pisciculture) est faible en termes de valeur ajoutée brute et de places de travail. Dans les pays européens, le soutien de l'Etat à l'agriculture représente une part importante du revenu (Agriculture suisse, OFS, 2010c ; Analyse structurelle de l'économie suisse, OFS, 2008g).



La part des emplois dans le secteur primaire représente 4,2% de l'ensemble des emplois de l'économie suisse. Elle atteignait encore 4,8% en 2005. Cette évolution s'explique par le recule du nombre de personnes travaillant dans l'agriculture, mais aussi par la hausse du nombre d'emplois dans les autres secteurs économiques. La part de l'agriculture dans la valeur ajoutée brute de l'économie suisse a chuté de 2,4% en 1990 à 0,9% en 2008 (Agriculture suisse, OFS, 2010c).

La part du secteur manufacturier dans l'économie suisse, tant au niveau de l'emploi que de la valeur ajoutée brute, ne cesse de reculer. Ce phénomène peut être imputé notamment à la tendance des entreprises de ce secteur à sous-traiter des activités de services tels que la comptabilité, l'entretien ou l'informatique, pour des raisons de contraintes de coûts. De plus on observe plusieurs « vagues » de restructuration de l'appareil de production de ce secteur. Il convient de relever que si l'économie suisse a manifestement connu un recul de son secteur manufacturier au profit du secteur des services, il ne faut pas pour autant négliger le rôle qu'il joue dans l'économie. Il est un soutien important pour le reste de l'économie, car il permet de satisfaire une demande en biens de consommation intermédiaires et finaux. Un processus de consolidation de ce secteur qui se concentre sur les branches d'activités les plus compétitives est en route. (Analyse structurelle de l'économie suisse, OFS, 2008g).

Le tourisme exerce une influence importante sur l'économie suisse. Il représente, en particulier pour les régions périphériques, la possibilité de développer un modèle économique qui ne serait pas réalisable étant donné l'éloignement de ces régions. Un site touristique a du succès sur le plan macroéconomique s'il est en mesure de créer des emplois. Comme il n'existe pas de statistiques spécifiques de l'emploi ou du nombre d'actifs occupés dans ce secteur, seuls l'hôtellerie-restauration qui est souvent considérée comme le cœur du secteur touristique, est pris en compte pour les statistiques. On ne peut donc mesurer qu'une partie des effets de l'activité touristique sur l'emploi, d'autant plus qu'une grande partie des emplois est générée par une demande interne (Fédération suisse du tourisme, 2008 ; SECO, 2010).

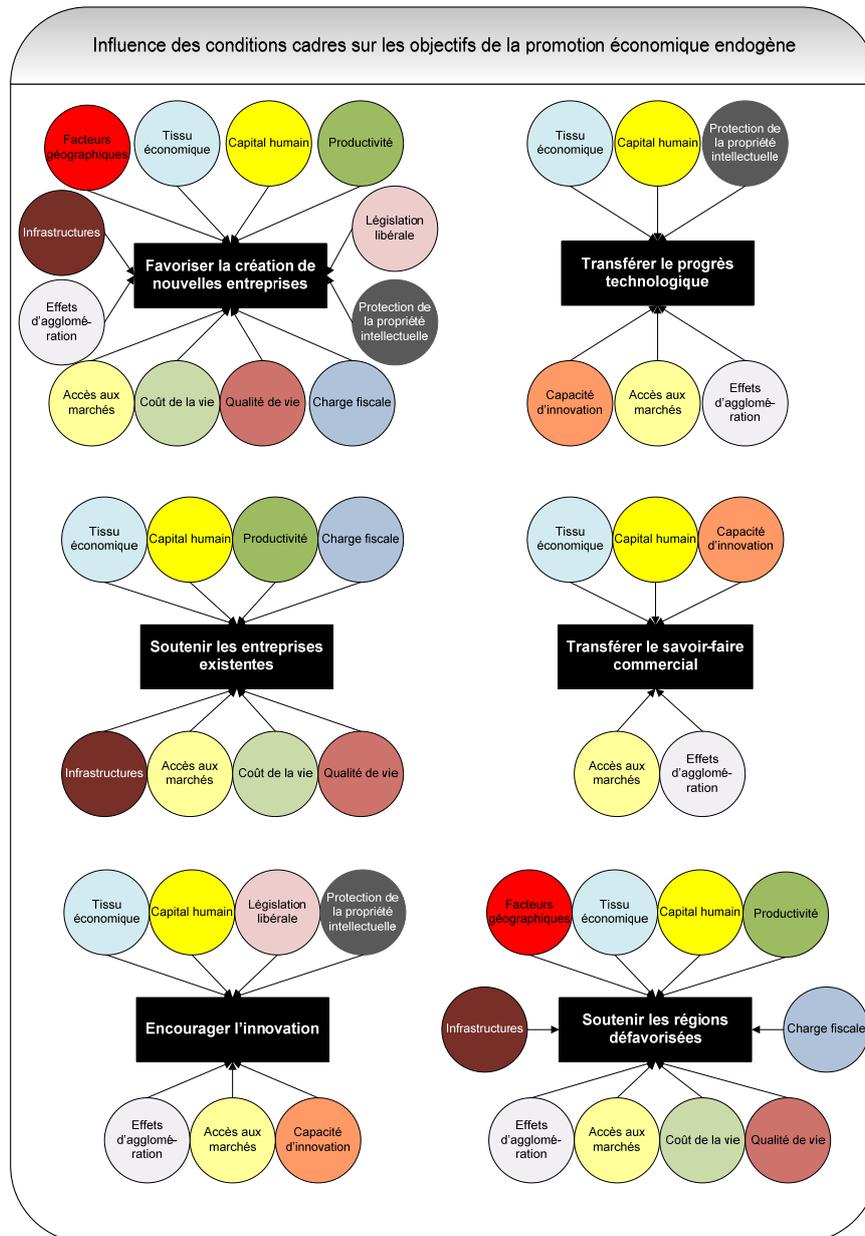
En Suisse le tourisme est un employeur important. 4.4% des emplois de l'ensemble de l'économie en équivalents plein temps relevaient du tourisme en 2005. Dans les régions de montagne, cette part est sensiblement plus élevée que dans les agglomérations urbaines. Les régions alpines dépendent en grande partie des revenus générés par le tourisme. Suite à la comparaison des chiffres de l'emploi dans l'hôtellerie-restauration avec les statistiques issues de différentes études sur la création de valeur ajoutée dans le secteur du tourisme, on constate que, compte tenu des effets directs et indirects, la création d'emplois dans le secteur touristique devrait être deux fois plus importante que la part d'actifs occupés employés dans l'hôtellerie-restauration. BAKBASEL considère que, dans les régions de l'arc alpin,

environ 15% des personnes actives occupées doivent directement ou indirectement leur emploi aux activités touristiques. Le tourisme permet aussi de créer des emplois qui ne sont pas réservés aux plus qualifiés. En comparaison avec le reste de l'économie suisse, le secteur de l'hôtellerie-restauration présente un niveau de qualification nettement plus bas (SECO, 2010 ; Fédération suisse du tourisme, 2008).

En 2008, la part de personnel peu qualifié était d'environ 1/3 dans l'hôtellerie-restauration, ce qui constitue proportionnellement le double que dans le reste de l'économie suisse. Les salaires dans l'hôtellerie-restauration n'atteignent qu'environ les deux tiers de la moyenne générale pour l'ensemble du pays (Fédération suisse du tourisme, 2008 ; SECO, 2010 ; Aepli, 2001 ; BAKBASEL 2009).

Même s'il existe de multiples imbrications entre le tourisme et le reste de l'économie, l'argument qui veut que le secteur touristique mérite une attention particulière parce qu'il contribue à un développement régional équilibré n'est pas pleinement convaincant. Il convient d'examiner de cas en cas si l'objectif de l'aide au développement des régions périphériques ne pourrait pas être atteint par le biais d'autres mesures de politique économique moins coûteuses. Les mesures nécessaires à renforcer la compétitivité des entreprises de ce secteur doivent pour l'essentiel être prises et mises en œuvre par ces entreprises elles-mêmes. Le rôle de l'Etat doit se limiter à appliquer l'adage « Aide-toi et l'Etat t'aidera ». Les subventions publiques, qui garantissent la survie d'entreprises en soi non viables, ont également une influence négative sur les entreprises saines (Aepli, 2001).

Dès lors, il est intéressant de comprendre dans quelles mesures ces facteurs représentent une source de compétitivité pour une région.



Influence des conditions cadres sur les objectifs de la promotion économique endogène



4.5. Hypothèses

Objectif 1 : Favoriser la création d'entreprises

Hypothèse 1 : L'assistance personnalisée dans les procédures administratives accordée par les services de promotion économique aux futurs entrepreneurs facilite les démarches et a un effet déclencheur sur la création d'entreprises.

Hypothèse 2 : Les aides financières accordées par les services de promotion économique (ou par l'intermédiaire de leurs partenaires) en phase de création ou de démarrage des entreprises ont un effet déclencheur pour leur lancement.

Hypothèse 3 : Les conditions cadre propices à un réservoir de main-d'œuvre qualifiée favorisent la création d'entreprises à haute valeur ajoutée, concurrentielles sur le marché globalisé.

Hypothèse 4 : Le soutien, par l'intermédiaire de partenaires des services de promotion économique, aux jeunes entrepreneurs dans leurs premiers pas sur le marché a un effet déclencheur sur la création d'entreprises.

Objectif 2 : Soutenir les entreprises existantes

Hypothèse 5 : L'allègement des processus administratifs permet aux entreprises de disposer de plus de ressources pour leurs activités commerciales.

Hypothèse 6 : Les aides financières accordées par les services de promotion économique (ou par l'intermédiaire de leurs partenaires) en phase de maturité à des entreprises qui entament des repositionnements de leurs activités sont nécessaires pour maintenir leurs capacités concurrentielles.

Objectif 3 : Encourager l'innovation

Hypothèse 7 : Le coaching accordé aux jeunes entrepreneurs dans le cadre d'un incubateur permet de créer des entreprises de niche pérennes.

Hypothèse 8 : Le coaching accordé par des partenaires des services cantonaux de promotion économique à des entreprises qui entament des repositionnements de leurs activités en phase de maturité leur permet de renforcer leur système d'innovation.

Hypothèse 9 : L'encouragement dans les écoles des programmes de sensibilisation à l'économie permet de détecter les projets novateurs au plus tôt et favorise l'esprit entrepreneurial.

Objectif 4 : Transférer le progrès technologique

Hypothèse 10 : Les échanges avec d'autres entreprises au sein de territoires technopolitains permettent aux PME et aux PMI de mener des activités de recherche et de développement.

Hypothèse 11 : Les consortiums de recherche et de développement permettent aux PME et aux PMI qui n'ont pas de service interne de Ra&D de bénéficier des résultats de recherches des Hautes écoles/Universités.

Objectif 5 : Transférer le savoir-faire commercial

Hypothèse 12 : Grâce à une masse critique de savoir-faire dans un domaine spécifique, les plateformes de promotion sectorielles amènent une dynamique propice à l'émergence d'idées nouvelles.

Hypothèse 13 : Les aides à la commercialisation accordées par les services de promotion économique (ou par l'intermédiaire de leurs partenaires) permettent aux entreprises de développer de nouveaux produits ou d'améliorer leurs procédés de production.

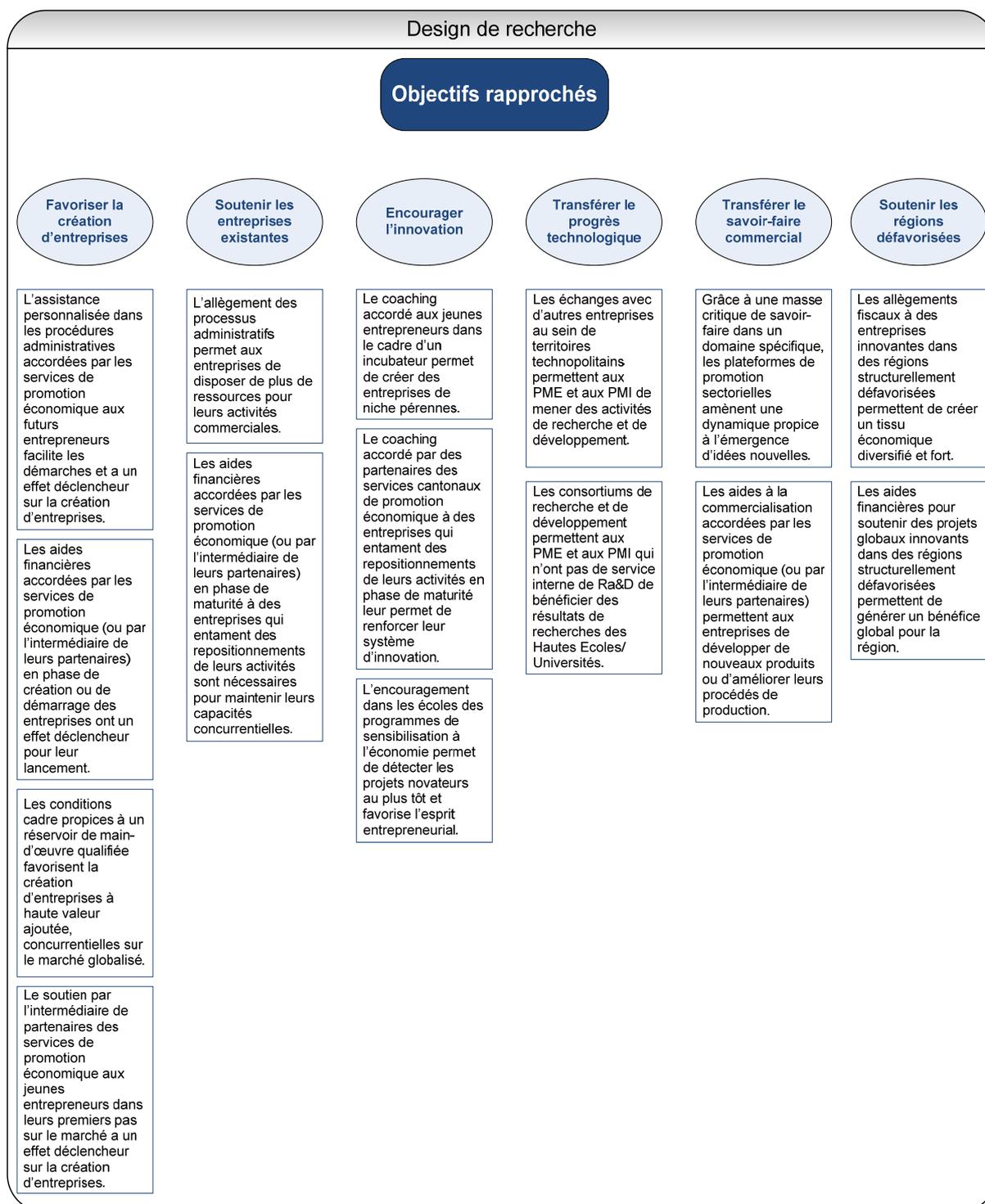
Objectif 6 : Soutenir les régions défavorisées pour les aider à maîtriser le changement structurel

Hypothèse 14 : Les allègements fiscaux accordés à des entreprises innovantes dans des régions structurellement défavorisées permettent de créer un tissu économique diversifié et fort.

Hypothèse 15 : Les aides financières pour soutenir des projets globaux innovants dans des régions structurellement défavorisées permettent de générer un bénéfice global pour la région.



4.6. Design de recherche



5. ENQUETE QUALITATIVE

5.1. Méthodologie de l'enquête qualitative

Afin de tester les hypothèses émises, une **enquête qualitative** a été réalisée. Celle-ci s'est déroulée sur la base d'**entretiens en face-à-face d'une durée de 1 heure**

environ avec chacun des responsables ayant accepté de participer à cette enquête. Il s'agissait de **quatre responsables cantonaux romands** et d'**un responsable fédéral** de la promotion économique.

Pour réaliser cette enquête, un **guide d'entretien** a été rédigé (annexe 13.1). Ces entretiens étaient centrés sur les objectifs de promotion économique endogène, les moyens utilisés pour atteindre ces objectifs et les indicateurs permettant de mesurer le degré d'atteinte de ces objectifs. Puis des questions plus spécifiques ont été posées pour comprendre la position de ces organismes sur les thèmes spécifiques suivants : la recherche et le développement, l'innovation, les start-up, les échanges entre les hautes écoles et les entreprises, les incubateurs et les accélérateurs d'entreprises, les réseaux d'acteurs économiques, les clusters et les plateformes d'intelligence économique territoriale. Afin de positionner ces éléments dans leur environnement socio-économique, des questions sur les conditions cadres recherchées par les entreprises et mises en place par l'Etat, ont été posées. Pour terminer, ces entretiens cherchaient à évaluer le ressenti des responsables en matière d'efficacité du système de gouvernance appliqué en Suisse.

Ces entretiens ont permis de **tester les hypothèses** préalablement émises

5.2. Objectifs de la promotion économique endogène en Suisse romande

La Confédération ainsi que les cantons romands interrogés avouent se concentrer principalement sur des objectifs qualitatifs. Selon eux, l'évolution de l'économie peut difficilement se planifier car elle dépend de l'évolution du marché. La majorité d'entre eux pense que c'est aux acteurs d'œuvrer pour assurer la bonne évolution du territoire. De ce fait, la promotion économique agit comme un soutien aux acteurs économiques en matière de promotion économique endogène. Tous les responsables interrogés ont relevé leur rôle d'information et d'assistance aux entreprises. Selon eux, la promotion économique est surtout là pour aider les entreprises, souvent défavorisées par la surcharge de procédures administratives. Bien que cela revête des formes différentes auprès de chaque organisme interrogé, la promotion économique s'occupe principalement de faciliter les procédures de création d'entreprises, de commercialisation, d'innovation, de succession et de liquidation.

Il ressort de ces entretiens une certaine homogénéité dans les objectifs fédéraux et cantonaux en matière de promotion économique endogène. L'objectif principal cité par tous les interlocuteurs est : « Favoriser la création de postes de travail à haute

valeur ajoutée ». Cela se traduit par la stimulation de l'innovation, du transfert de technologies à haute valeur ajoutée, de l'encouragement du développement de clusters, du soutien au développement de filières à fort potentiel, de l'intensification des contacts entre les Hautes écoles / Universités et les entreprises,...

Toutefois, un objectif spécifique aux régions économiquement faibles est ressorti lors de ces entretiens. En effet, la Confédération a pour but de favoriser le développement économique et de maintenir la population sur l'ensemble du territoire. Toutes les régions d'un canton doivent vivre, dès lors, la Confédération a défini une politique publique en faveur des régions défavorisées (NPR). Cette politique est mise en œuvre par les cantons dans le cadre de leur propre stratégie économique. Cela passe, par exemple, par le maintien d'un habitat décentralisé, par le soutien aux entreprises de remontées mécaniques pour le maintien des emplois dans les stations, par le soutien au développement de la capacité d'innovation qui amènerait un bénéfice global pour l'ensemble du territoire dans ces régions,... Pour accompagner la mise en œuvre de cette mesure, le SECO a créé le Centre national du réseau de développement régional « Regiosuisse ». La NPR a pour but de soutenir des projets qui renforcent l'esprit d'entreprise, l'entrepreneuriat ou qui augmentent la capacité d'innovation et la compétitivité dans des régions considérées comme structurellement défavorisées. Ces projets doivent contribuer à la création de valeur ajoutée et d'emplois et mettre en valeur les potentiels régionaux. Les projets doivent avoir un caractère innovant et disposer d'une masse critique qui permet de s'attendre à des effets de développement régional importants et durables. Ils doivent aussi pouvoir fonctionner de manière autonome dès la fin de la période de l'aide et respecter les principes du développement durable. Les priorités de la NPR concernent des projets tournés vers le soutien à des activités de recherche et développement, la promotion du transfert de savoir, le transfert de connaissances entre les institutions de formation/recherche et les entreprises, les infrastructures orientées vers la création de valeur ajoutée comme l'équipement de zones industrielles ou l'extension de centres de formations (<http://www.regiosuisse.ch/>).

Tous les objectifs de promotion économique endogènes définis dans le design de recherche sont ressortis auprès des responsables de la promotion économique interrogés, dès lors, nous allons nous intéresser aux instruments qu'ils utilisent pour atteindre ces objectifs.

5.3. Instruments de la promotion économique endogène en Suisse romande

Les instruments dont disposent la Confédération, ainsi que les services cantonaux romands de promotion économique pour aider les entreprises sont hétéroclites. Ceux-ci pourraient toutefois être rangés dans les catégories suivantes :

- Assistance personnalisée
- Aides financières
- Soutien (coaching)
- Programmes de promotion de l'esprit entrepreneurial
- Réseautage
- Plateformes de promotion

Au niveau fédéral, la promotion économique endogène est confiée au SECO. Son responsable considère qu'il a un rôle subsidiaire en matière de promotion économique endogène, car il dispose de peu d'aides financières directes aux entreprises. Selon lui, le SECO définit le cadre du développement des régions et les cantons sont responsables de la mise en œuvre des politiques. Les cantons ont un rôle de proximité sur le terrain et sont en 1ère ligne.

5.3.1. Instruments pour favoriser la création d'entreprises

Assistance personnalisée

Le soutien de la Confédération aux entreprises par l'intermédiaire du SECO se traduit principalement, en phase de création, par la mise à disposition d'un site Internet « **portail PME** » permettant notamment de créer une entreprise en ligne (inscription au registre du commerce, à la TVA, à l'AVS ou à l'assurance accidents) ou d'informer les start-up sur d'éventuels moyens de financement.

Tous les interlocuteurs cantonaux interrogés affirment fournir un **accompagnement personnalisé** aux entreprises qui les sollicitent. Cela se traduit par des renseignements aux créateurs d'entreprises, par l'accompagnement lors de démarches au sein de l'administration publique ou pour la recherche de terrains ou de locaux. La prise en charge se fait par des « **case managers** » au travers d'un « **guichet entreprises** ». Ceux-ci proposent notamment des **expertises technologiques** ou **financières** aux entrepreneurs. Ces informations sont ouvertes à tout type d'entreprises. Elles constituent même l'activité principale des offices cantonaux de la promotion économique.

La qualité de l'accompagnement paraît bonne si l'on s'en réfère à une étude parue en novembre 2010 dans « PME magazine ». Lors d'un test de demande de renseignements auprès de divers services de promotion économique cantonaux romands, il est ressorti que les fonctionnaires interrogés ont tous ou presque, fait

preuve de disponibilité, de temps, de compétence et de gentillesse. Tous ou presque ont montré une vraie attention et connaissaient leur sujet (PME magazine, 2010).

Aides financières

Aides financières pour la création d'entreprise

Le financement d'une entreprise est un élément essentiel de la réussite de sa création. **La Confédération n'octroie pas d'aides financières directes à la création d'entreprises**, mais elle se concentre sur les conditions cadre offertes à celles-ci et leur facilite l'accès aux crédits nécessaires par l'intermédiaire de divers partenaires.

Les politiques cantonales divergent en matière d'aides financières accordées aux entreprises. L'Etat de Genève applique une politique très libérale qui limite l'interventionnisme de l'état. Dès lors, la promotion économique du canton de Genève n'octroie aucune aide financière directe aux entreprises de son canton. Ce choix politique fonctionne car, selon son responsable, Genève est considérée comme une région « favorisée ». Toutefois, Genève relève une distorsion de la concurrence face à des régions comme Morges ou Tollochenaz (VD) qui sont considérées comme des régions défavorisées et qui bénéficient d'allègements fiscaux dans le cadre de l'arrêté Bonny. Dès lors, certaines entreprises délocalisent leurs activités genevoises pour s'installer dans ces régions.

Les aides financières à la création d'entreprises revêtent les formes suivantes :

- Le **Fonds d'amorçage (seed money)** constitue le premier apport en capital d'une entreprise, parfois il est même nécessaire avant sa création. Il contribue à la dotation initiale de la société en espèces. Pour pouvoir bénéficier d'une telle aide, la plupart des cantons exigent que le projet soit innovant, que l'entreprise soit active sur le marché dans les 12 mois, que les compétences des gestionnaires soient reconnues et que le projet ait une rentabilité élevée. Parmi les organismes partenaires des services cantonaux de la promotion économique, la **Fondation pour l'Innovation Technologique (FIT)**, **Venture Kick** et **Polytech Ventures** apportent leur soutien au développement de projets à contenu technologique innovant dans la mesure où le projet est réalisé en collaboration avec une Haute école ou une université. Comme l'Etat de Genève a choisi de ne pas supporter le risque financier que pourrait constituer un fonds d'amorçage et pour ne pas pénaliser les créations d'entreprises dans son canton, il a créé en 2005 la **Fondation d'aide aux entreprises (FAE)** dont la mission est d'apporter aux entreprises genevoises des solutions de financement. En Valais,

ce type d'aides est accordé par le **Centre de Compétences Financières CCF SA** (CCF SA, Business Valais, 2010)

- le « **Capital-risque** », « **capital-investissement** » ou « **Venture Capital** » qui constitue un apport de fonds propres. Cela permet aux sociétés d'investissement qui injectent 50% de leurs fonds dans de nouvelles entreprises suisses de bénéficier d'allègements fiscaux dans les domaines des droits d'émissions et des réductions pour participation. Il existe beaucoup de sociétés de capital risque telles que **VI Partners, Vinci Capital, Index Ventures, Jade Invest, Endeavour Capital, Novartis Venture Funds, Global Life Science Ventures, Initiative Capital SA,...** Ces aides ne concernent toutefois que les entreprises du domaine des hautes technologies où les taux de croissance très élevés compensent des risques très importants (<http://www.seco.admin.ch/>)
- Les **Business Angels** qui sont des réseaux de particuliers qui prennent des participations dans des entreprises à la recherche de fonds et apportent le financement et le coaching sous forme d'échange d'expériences de managers ayant fait leurs preuves.
- Le **micro crédit** qui permet aux petites entreprises qui n'ont pas accès au crédit bancaire de bénéficier d'un petit capital de départ allant, en principe, jusqu'à Frs. 30'000.-
- La « **Société suisse de crédit hôtelier** » qui soutient les établissements d'hébergement dans les régions de montagne et de tourisme pour le financement d'infrastructures (Confédération Suisse, 2009h).
- **CTI Invest** facilite aux jeunes entreprises l'accès aux investisseurs et au capital risque (Confédération Suisse, 2009h).
- le cautionnement des arts et métiers qui cautionne les PME, les entreprises de l'artisanat et les start-up qui ont besoin de crédits pour fonder une entreprise. En Suisse romande, le principal partenaire de la Confédération dans ce domaine est la **Coopérative romande de cautionnement - PME (CRC-PME)**. Celle-ci dispose également d'antennes cantonales : **CRC-PME Fribourg, FAE Genève, Sté coopérative Neuchâtel Interface PME, OVAC - Office valaisan de cautionnement et la Coopérative vaudoise de promotion du cautionnement CVC.**
- La plupart des cantons interrogés proposent une **exonération fiscale temporaire** de 100% au maximum pour une durée maximale de 10 ans aux entreprises nouvellement créées qui exercent une activité durable dans le canton et qui « servent les intérêts économiques du canton » (SELT, 2010). Les jeunes

entrepreneurs actifs dans le domaine de la technologie de pointe, peuvent demander l'allègement ou l'exonération fiscale pour les 2 ou 3 premières années auprès de la promotion économique de leur canton. Certains cantons accordent également des allègements fiscaux pour l'impôt fédéral direct pour l'implantation d'une nouvelle entreprise dans une zone économiquement défavorisée ou pour le recrutement de chômeurs (<http://www.kmu.admin.ch/>)

- Certains cantons interrogés mettent à disposition des **terrains ou des locaux à conditions préférentielles** pour les entreprises endogènes.

Excepté Genève, les autres cantons romands rencontrés pratiquent une politique plus interventionniste. Tous accordent des **aides financières directes pour le démarrage** d'entreprises. Les critères d'octroi des aides sont plutôt homogènes : importance du projet au niveau de l'investissement et du nombre d'emplois créés, niveau hautement qualifiés des emplois créés, projet créateur de valeur. Les domaines à forte valeur ajoutée tels que les sciences de la vie, la sécurité informatique, la mécanique à haute valeur ajoutée, les TIC, la technologie industrielle, les Clean Tech, la Bio technologie sont privilégiés. Tous ces financements sont accordés subsidiairement aux banques. Les services cantonaux de promotion économique interviennent seulement si les prestataires privés n'entrent pas en matière (Canton de Vaud, Service de l'économie, du logement et du tourisme SELT, 2010).

Aides à l'engagement de personnel hautement qualifié

Certains cantons proposent des **aides financières à la formation des employés des domaines techniques ou scientifiques** en phase de démarrage de l'entreprise.

Pour inciter à la création d'emplois à forte valeur ajoutée, le canton de Fribourg a, par exemple, instauré une **prime pour la création d'emplois hautement qualifiés de Frs. 10'000.-** par poste créé durant 3 ans au sein d'une même entreprise.

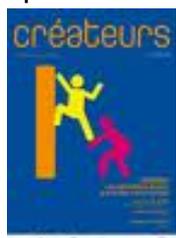
Soutien (coaching)

Soutien aux jeunes entrepreneurs

Pour soutenir les jeunes entrepreneurs dans leurs premiers pas sur le marché la Confédération s'appuie sur **l'Agence pour la promotion de l'innovation CTI**. La CTI propose aux diplômés des hautes écoles, ainsi qu'aux entrepreneurs, via ses

programmes **CTI Entrepreneurship** et **CTI Start-up**, un soutien dans le processus de création d'entreprise (Confédération Suisse, 2009h).

Pour soutenir la création d'entreprises innovantes dans tous les domaines, les cantons s'appuient sur **Genilem** qui est une organisation indépendante issue d'une initiative privée et soutenue par les pouvoirs publics. Elle offre un diagnostic de projet d'entreprise, des conseils et une assistance au démarrage. Elle dispense également des formations spécialisées utiles aux créateurs d'entreprises et met à leur disposition un réseau de parrains et de partenaires. De plus, elle accorde un accompagnement professionnel pendant 3 ans, après sélection, aux jeunes entrepreneurs, leur facilite l'accès aux sources de financement et leur dispense des conseils d'experts et des formations. Elle leur donne également l'accès à un réseau et à des outils de communication via son magazine « **Créateurs** » (<http://www.genilem-suisse.ch/>).



GENILEM

5.3.2. Instruments pour soutenir les entreprises existantes

Assistance personnalisée

Les PME forment la majorité des entreprises et représentent 2/3 des emplois en Suisse. La bureaucratie excessive est souvent un poison pour elles. De nombreuses lois et ordonnances rythment leur vie quotidienne et des ressources limitées en personnel rendent leur mise en œuvre très difficile. Dès lors, la Confédération répond à ces besoins spécifiques en établissant les meilleures « conditions cadre » possibles pour les PME. Elle dispose de divers outils tels que « **l'analyse d'impact de la réglementation** », le « **test de compatibilité PME** » (évaluation des conséquences d'une loi sur les entreprises) ou encore le « **Forum PME** » (commission d'experts extraparlamentaire dont la vocation est de défendre les PME lors de la procédure de consultation relative à une loi fédérale ou à une ordonnance). Le SECO cherche également à sensibiliser les entreprises aux problèmes de succession et les assiste dans leurs démarches. En phase de liquidation d'une entreprise, il protège les créanciers dans les procédures de poursuites et faillites (Confédération Suisse, 2009h).

Tous les cantons interrogés affirment fournir, par l'intermédiaire de leurs « case managers », de **l'assistance administrative** aux entreprises existantes pour résoudre leurs problèmes. Le canton de Genève avance même que 50% des dossiers traités concernent des demandes d'informations ou d'assistance administratives pour des entreprises existantes dont les activités portent sur des produits non technologiques. A son tour, le canton du Valais prétend que la majorité de ses aides en temps et en ressources est dirigée vers des PME valaisannes

existantes qui recherchent une assistance pour résoudre leurs problèmes. Cela peut se traduire, par exemple, par l'orientation vers un partenaire capable de fournir une étude de faisabilité pour la modification d'un processus de production.

Aides financières

Aides financières pour le développement d'entreprises

Tous les services de promotion économique cantonaux rencontrés accordent des aides financières pour le développement des PME qui veulent innover, s'étendre ou s'internationaliser. Tous ces financements sont accordés subsidiairement aux banques. Les services cantonaux de promotion économique interviennent seulement si les prestataires privés n'entrent pas en matière. Ces aides revêtent les formes suivantes :

- **Le fonds d'investissement** qui consiste à prendre des participations au capital propre de sociétés. Cette aide est destinée à des entreprises jeunes ou bien établies mais saines et en développement, dont la direction est sérieuse. Elle s'adresse également à des entreprises qui font l'objet d'une reprise par leurs cadres ou par des actionnaires. Le but de ce fonds est de renforcer le tissu économique de la région. Ces aides sont prioritairement accordées à des entreprises innovantes et créatives avec un potentiel de croissance important. Les entreprises favorisant la création d'emplois dans la région sont privilégiées (Centre de Compétences Financières CCF SA, business-Valais, 2010).
- Le cautionnement de crédits des arts et métiers pour développer une entreprise. En Suisse romande, le principal partenaire de la Confédération dans ce domaine est la **Coopérative romande de cautionnement - PME (CRC-PME)**. Le **cautionnement de crédit bancaire** intervient pour des projets industriels innovants impliquant des investissements liés au développement de l'infrastructure ou des moyens de production. Ces projets doivent avoir un impact important sur l'emploi ou permettre de réaliser un chiffre d'affaire de manière prépondérante à l'extérieur du canton (Centre de Compétences Financières CCF SA, business-Valais, 2010).
- Le **cofinancement du conseil** permet à des PME de conduire des études préalables à un investissement. Il s'agit d'une prise en charge d'une partie d'un mandat de consultant externe à l'entreprise. Cette aide est accordée si le projet est innovant, le chiffre d'affaire est réalisé de manière prépondérante à l'extérieur du canton, ou si celui-ci a un impact important sur l'emploi (Centre de Compétences Financières CCF SA, Business-Valais, 2010).

- Les **subventions** pour la **réalisation d'une étude ou d'un mandat**. Elles ont pour but d'améliorer, d'optimiser ou de développer les structures, les équipements ou les procédés de production, de développer des marchés internationaux, de soutenir la commercialisation de nouveaux produits, de diversifier la clientèle ou d'identifier un partenaire stratégique. Elles peuvent également servir à obtenir une homologation ou une certification.
- La **prise en charge partielle de l'intérêt bancaire** pour des projets industriels impliquant des investissements liés au développement de l'infrastructure ou des moyens de production qui favorisent la création de nouveaux emplois durables ou le maintien à terme des emplois existants (APCE, 2010 ; Centre de Compétences Financières CCF SA, business-Valais, 2010).

Aides à la formation des employés

Certains cantons accordent une **subvention pour la formation des employés dans des domaines techniques ou scientifiques** dans les phases de développement ou de repositionnement de l'entreprise.

5.3.3. Instruments pour encourager l'innovation

Selon les responsables interrogés, les forces de l'économie suisse sont la flexibilité, la créativité et l'innovation. Dès lors, l'amélioration de la compétitivité et du savoir-faire commercial constitue un axe prioritaire de leur politique de promotion économique endogène. Selon eux, l'innovation est une clé du développement économique à long terme de la Suisse et les start-up font partie de leurs cibles prioritaires.

Plusieurs interlocuteurs avancent que les aides accordées pour le soutien à l'innovation par leur service ne suffisent pas à elles seules pour réaliser un projet, mais qu'elles ont en général un effet « accélérateur » sur celui-ci. D'autres responsables affirment que l'Etat cherche à acquérir une certaine visibilité dans ce domaine car le soutien à l'innovation est politiquement très porteur. Dans la pratique, l'encouragement à l'innovation revêt des formes très diverses telles que les aides financières, le coaching ou les programmes de sensibilisation écoles-économie dont la mission est de sensibiliser les milieux scolaires au fonctionnement de l'économie et de détecter au plus vite les projets innovants.

La plupart des services cantonaux de promotion économique endossent un rôle d'aiguillage dans ce domaine. Ils proposent peu d'aides directes, mais orientent les porteurs de projets et les entreprises ayant des besoins spécifiques en matière d'innovation, vers leurs partenaires. Ces aides interviennent à divers niveaux

institutionnels et lors de diverses phases du processus d'innovation. Le catalogue d'offres est si vaste et les partenaires si nombreux qu'il est difficile de tous les recenser. Dès lors, voici une présentation exhaustive des diverses formes d'aides présentées par les interlocuteurs lors des entretiens.

Au niveau fédéral, l'encouragement à l'innovation est confié à son centre de compétence pour les questions liées à la formation professionnelle, aux hautes écoles spécialisées et à la promotion de l'innovation (**Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie OFFT**). La mise en œuvre de son programme est confiée à l'**agence de la Confédération pour la promotion de l'innovation (CTI)**.

Aides financières

Aides financières à l'innovation

La plupart des cantons interrogés proposent des aides financières directes ou par l'intermédiaire de leurs partenaires pour le développement de nouveaux produits (études de faisabilité, développement de prototypes,...), pour l'amélioration ou le développement des moyens de production (équipements, procédés de fabrication,...) ou pour la commercialisation. D'autres proposent des aides financières pour l'obtention de certification ou d'homologation ou pour l'acquisition de droits de propriété intellectuelle (dépôt de brevet). Tous ces financements sont accordés subsidiairement aux banques. Ces aides revêtent les formes suivantes :

- Les **subventions** pour la réalisation d'une étude ou d'un mandat ayant pour but de développer un produit novateur.
- Le **cautionnement de crédit bancaire** pour des projets industriels impliquant des investissements liés au développement d'un nouveau produit et favorisant la création ou le maintien de places de travail. Le cautionnement est accordé si le projet est innovant, s'il débouche sur la réalisation d'un chiffre d'affaire prépondérant à l'extérieur du canton ou si l'impact sur l'emploi est important (Centre de Compétences Financières CCF SA, business-Valais, 2010).
- La **prise en charge partielle de l'intérêt bancaire** pour des projets industriels impliquant des investissements liés au développement d'un nouveau produit. Elle est proposée lorsque la réalisation envisagée permet de créer de nouveaux emplois durables ou de maintenir à terme les emplois existants, notamment par l'extension de l'activité d'une entreprise à un nouveau domaine (APCE, 2010 ; Centre de Compétences Financières CCF SA, business-Valais, 2010).

CTI Invest est une organisation indépendante de droit privé qui réunit des investisseurs et qui propose aux jeunes entreprises une plate-forme permettant de présenter leurs idées commerciales à un grand nombre de "business angels" et d'entreprises de capital-risque aux niveaux national et international (<http://www.bbt.admin.ch/>).

Soutien (coaching)

Soutien à la création de start-up innovantes à fort potentiel de croissance

Par l'intermédiaire de son programme **CTI start-up**, la CTI soutien la création et le développement de start-up avec un fort potentiel de croissance. Tous les responsables rencontrés y voient un intérêt économique pour leur canton. Selon eux, les start-up sont des entreprises en devenir qui ont un potentiel de création d'emploi élevé. Elles constituent les prémices de sociétés qui pourraient devenir des acteurs plus ou moins importants de l'économie régionale de demain. De plus, selon certains responsables, le développement d'une start-up constitue un processus fragile qui nécessite une aide au financement. Les aides accordées par la CTI s'adressent à des entreprises suisses actives dans le domaine de la biotechnologie, des sciences du vivant, de l'ingénierie, de la micro technologie et de la nanotechnologie ou des technologies de l'information et de la communication qui ont un fort potentiel pour une croissance durable, dont le modèle commercial ou technologique novateur est difficilement copiable (<http://www.bbt.admin.ch/>).

Près de 40 "business-coaches" professionnels offrent leur appui aux jeunes entrepreneurs et établissent des contacts avec des "capital-risqueurs" ainsi qu'avec des experts en technologie, en marketing et en brevets. Sur plus de 1'800 projets examinés depuis 1996, plus de 180 ont reçu le **label CTI Start-up**, délivré par un jury d'experts reconnus dans la branche, qui confirme que le projet a de réelles chances sur le marché et qu'il se prête au capital-risque. Aujourd'hui plus de 85 % de ces start-up sont toujours actives et ont permis la création de 8'000 emplois hautement qualifiés (<http://www.bbt.admin.ch/>).

Petits-déjeuners des start-up

Afin d'améliorer le réseautage des start-up. Les offices cantonaux de promotion économique organisent régulièrement des petits-déjeuners des start-up favorisant les échanges entre entrepreneurs.

Soutien aux incubateurs et aux pépinières ou accélérateurs d'entreprises

Chaque canton possède aujourd'hui des incubateurs d'entreprises : **PSE - Parc Scientifique** (VD), **Y-Parc** (VD), **Biopôle** (VD), **Ateliers de la Ville de Renens** (VD), **Fongit** (GE), **Eclosion** (GE), **NEODE** (NE), **Fri-Up** (FR), **The Ark** (VS), **Creapole** (JU). Ces incubateurs assistent l'éclosion du concept à la jeune pousse dans divers domaines à haute valeur ajoutée. Ils offrent du capital de démarrage pour aider à franchir les étapes décisives, de l'expérience professionnelle pour bâtir une entreprise et des infrastructures adaptées aux besoins. Les cantons apportent également leur soutien aux accélérateurs ou pépinières d'entreprises telles que le **Technopôle de la microsoudure** (VD), le **Technopôle de l'environnement** (VD), **Swissmedia Centers** (VD), **PSE - Parc Scientifique** (VD), **Y-Parc** (VD), **Biopôle** (VD), **Ateliers de la Ville de Renens** (VD), **Fongit** (GE), **Eclosion** (GE), **NEODE** (NE), **Fri-Up** (FR), **The Ark** (VS), **Creapole** (JU) qui soutiennent techniquement, financièrement et par l'apport de conseils et de services des start-up afin de les guider vers une application commerciale de leurs technologies.

Pour des cantons comme le Valais ou le Jura qui ne possèdent pas d'université, les incubateurs constituent un excellent moyen pour faire éclore des start-up. De plus, ces cantons disposent de suffisamment d'espaces disponibles qui leur permet, au travers d'accords notamment avec l'EPFL, de délocaliser certaines des start-up issues d'autres cantons sur leur territoire. La plupart des responsables interrogés semblent satisfaits du travail des incubateurs. Selon eux, le nombre d'entreprises de niche pérennes issues des incubateurs est réjouissant. Ils pensent que ces structures constituent un excellent moyen pour atteindre leurs objectifs endogènes. Cela provient probablement du fait que les contrats de prestations sont clairement définis. Toutefois ils déplorent la difficulté d'évaluer la qualité du coaching dispensé dans ces incubateurs. Le canton de Genève cherche à garder un secteur secondaire fort en profitant des compétences à sa disposition. Dans ce canton l'industrie représente 15% du PIB cantonal et 15% des emplois, ce qui constitue un chiffre important. Les incubateurs traduisent cette volonté de garder une industrie forte avec des activités à forte valeur ajoutée qui ont le potentiel de devenir des entreprises pérennes qui fourniront les emplois de demain.

La Confédération, quant à elle, considère les incubateurs comme d'excellents outils de l'économie endogène qui doivent être gérés de façon subsidiaire par la Confédération. Ils doivent dépendre en priorité des cantons, car ils doivent répondre aux besoins spécifiques d'un tissu économique régional et la Confédération ne connaît pas suffisamment ces spécificités (<http://www.bbt.admin.ch/>, <http://www.venturelab.ch/>).

Soutien au renforcement de l'innovation d'affaires

Les cantons ont également mis en place une **structure de coaching** dans le but de renforcer les systèmes d'innovation d'affaires. Dans ce but, ils ont constitué l'association « **Platinn** ». Elle a pour mission principale de renforcer le système d'innovation d'affaires des petites et moyennes entreprises existantes. Elle soutient principalement les projets relatifs aux quatre vecteurs d'innovation d'affaires: produit/service, processus, distribution/présence, clients. Dans le cadre de cet appui, l'association favorise le développement des capacités d'entreprise, principalement les sources d'idées d'innovation d'affaires, les ressources internes, les partenariats et collaborations. Platinn offre des services de prestations en s'appuyant sur des coachs, des antennes cantonales (**Fri Up** Fribourg, **OPI** Genève, **Creapole** Jura, **GINNOV** Neuchâtel, **CimArk** Valais et **AIT** Vaud) et un vaste réseau de partenaires (<http://www.platinn.ch/>).



Programmes de promotion de l'esprit entrepreneurial



Avec son initiative **CTI Entrepreneurship**, la CTI promeut l'esprit d'entreprise. Les services cantonaux et fédéraux de promotion économique soutiennent également le programme d'éducation et de formation **Venturelab de la CTI** qui propose des cours de formation à l'entrepreneuriat en collaboration avec les parcs technologiques et les centres de fondation d'entreprises suisses. Venturelab veut lancer en Suisse une nouvelle génération d'entrepreneurs et participer à la création de places de travail à haute valeur ajoutée dans des branches à forte croissance. Son objectif est d'accélérer les processus d'innovation et de renforcer la compétitivité de la Suisse (<http://www.venturelab.ch/>).

Depuis 2004, environ 10'000 participants dans toute la Suisse ont profité de cette initiative. Venturelab travaille en collaboration avec l'ensemble des Hautes écoles de Suisse pour la promotion de l'entrepreneuriat. De nombreuses écoles proposent des programmes de formation pour aider les entrepreneurs (École Polytechnique Fédérale de Lausanne EPFL, Université de Fribourg, Université de Genève, Université de Lausanne, Université de Neuchâtel, Haute école de Gestion Arc & Haute école Arc Ingénierie, HES-SO ARC, HES-SO Fribourg, HES-SO Genève, Haute école de Gestion, EI Genève & EI Lullier, HES-SO Valais, HES-SO Vaud, Haute École d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud (HEIG-VD), Ecole Hôtelière de Lausanne et Ecole d'ingénieurs de Changins). Afin de repérer au plus tôt les projets qui ont du potentiel, certains cantons soutiennent des programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat tels que « **Apprendre à entreprendre** » ou « **Business Expérience** » en Valais. Les responsables cantonaux de la promotion économique considèrent ces programmes comme des phases intermédiaires avant l'incubateur. Ces programmes permettent de combler le vide entre l'idée naissante et la création de la start-up. De plus, le SECO ainsi que les divers services cantonaux

interrogés soutiennent divers prix pour la création et l'innovation tels que le **prix créateur BCV** ou le **prix Sommet UBS** (<http://www.venturelab.ch/>).

5.3.4. Instruments pour encourager le transfert du progrès technologique

Dans le contexte actuel de mondialisation et de concurrence accrue, il n'est plus suffisant de défendre son territoire contre ses concurrents et de conserver son savoir faire, il faut aussi se positionner sur de nouvelles technologies ou sur de nouveaux marchés. La présence de compétences et de savoir-faire spécifiques est nécessaire pour développer les capacités internes du territoire (Goria, Knaut, 2009 ; Dumas, Girardot, 2002).

La politique FRI préconisée par le Conseil fédéral veut poursuivre et renforcer le développement d'un système de recherche et de formation compétitif sur le plan international, dont la mise en œuvre est assurée conjointement par la Confédération et les cantons. Les mesures sont guidées par deux principes généraux. Assurer la durabilité et renforcer la qualité de la formation et stimuler la compétitivité et la croissance en affirmant la position de la Suisse en tant que laboratoire d'idées et pôle économique reconnu dans le monde. La politique FRI cherche à positionner la recherche suisse à la pointe des domaines d'avenir, en encourageant la relève scientifique, en faisant des écoles polytechniques fédérales et des établissements de recherche du domaine des EPF des institutions de pointe de renommée internationale, en développant la formation professionnelle et les hautes écoles spécialisées, créatrices d'une base professionnelle et technique solide et proche de la pratique et en développant la coopération internationale. (<http://www.admin.ch/ch/f/ff/2007/1149.pdf>).

Aides financières

Aides financières à la recherche et au développement

Pour encourager le transfert du progrès technologique, les offices de promotion économique s'appuient sur le soutien financier de fonds pour la recherche et le développement. Il existe également d'autres fonds publics tels que le **Conseil des Ecoles Polytechniques**, le **Fonds National Suisse** ou le **fonds européen pour la recherche** (<http://vpiv.epfl.ch/>).

Pour encourager le développement des Clean Tech à l'heure de la mondialisation, les offices cantonaux de promotion économique s'appuient sur les « **Chèque d'innovation Clean Tech** » mis en place par la CTI. Ceux-ci permettent de financer des travaux de R&D effectués par des institutions de recherche pour des PME. Ils permettent notamment de financer des travaux d'approfondissement d'idées, des

travaux préparatoires qui pourraient déboucher sur une innovation pour la PME, d'analyser le potentiel de transfert de technologie et d'innovation d'un processus, d'un produit ou d'une technologie. Ils sont attribués aux entreprises sous forme de bon en fonction de l'ordre d'arrivée de la demande et couvrent les coûts pour les prestations des hautes écoles et des institutions de recherche jusqu'à un montant de 7500 francs (<http://www.bbt.admin.ch/>)

Aides à l'engagement de personnel hautement qualifié

Certains cantons proposent des **aides financières à la formation des employés des domaines techniques ou scientifiques** dans les phases de développement de l'entreprise.

Réseautage

Soutien aux consortiums de recherche et de développement

Pour améliorer le transfert du progrès technologique, la Confédération s'appuie sur les consortiums de recherche et de développement soutenus par la **CTI**. Les projets émanant des chercheurs des hautes écoles sont épaulés pour trouver le partenaire adéquat en vue de la commercialisation des résultats de leurs recherches. Chaque année, la CTI cofinance plusieurs centaines de projets menés par des entreprises, des administrations publiques et des organisations non lucratives en collaboration avec les hautes écoles. Le degré d'innovation et l'effet économique constituent les principaux critères pris en compte pour obtenir un tel soutien. La mise en œuvre de ces projets est assurée par les Hautes écoles, les institutions de recherche et les entreprises. Ainsi, l'économie et en particulier les petites et moyennes entreprises sont encouragées à profiter des ressources Ra&D des hautes écoles afin d'améliorer leur capacité concurrentielle (PME Magazine, 2010 ; <http://www.alliance-tt.ch/>; <http://www.bbt.admin.ch/>).

Le consortium **Alliance** est l'un des plus importants consortiums de transfert de savoir et de technologies de Suisse romande et du Tessin financé par la Confédération et par les cantons romands. C'est à travers son programme qu'il tisse des liens entre les laboratoires et les entreprises, visant à intensifier les transferts de technologies. Alliance a ainsi créé un réseau proactif qui permet d'initier de nouvelles rencontres, de soutenir une dynamique de collaboration entre la recherche et le tissu économique favorable autant aux entrepreneurs qu'aux chercheurs, favorisant la croissance et la création d'emplois (PME Magazine, 2010 ; <http://www.alliance-tt.ch/>; <http://www.bbt.admin.ch/>).

A ce jour, le réseau Alliance rassemble huit hautes écoles, deux hôpitaux universitaires cantonaux et deux associations partenaires (**Swissmem** qui représente l'industrie suisse des machines, des équipements électriques et des métaux et l'**Association Alliance**). Trois bureaux de transfert de technologie sont à disposition pour encourager les projets de recherche appliquée et de développement entre les hautes écoles et les entreprises (le **SRI** qui a pour mission de faciliter le transfert de la recherche de l'EPFL vers l'économie, l'**Unitec** qui a pour mission de valoriser les découvertes issues des activités de recherche de l'UNIGE et des HUG, le **PACTT** qui est le bureau de transfert de technologies commun à l'UNIL et au CHUV) (<http://www.alliance-tt.ch/>).



La CTI finance chaque année les salaires de près de 1'000 chercheurs. Quatre ans après sa création, près de 80% des projets qui ont abouti ont bénéficié aux PME. Les entreprises profitent doublement car elles bénéficient d'une part des résultats de projets et de l'autre, de la relève de cadres formés à la R&D et sensibles aux exigences du marché. Ce sont en particulier les PMI disposant de ressources de recherche limitées qui peuvent profiter des prestations et des infrastructures Ra&D des hautes écoles afin de réaliser plus rapidement leurs propres innovations. La promotion de la CTI en faveur de l'économie est durable. Elle fait ses preuves depuis plus de 60 ans. En 2007, 277 projets ont été soutenus, engendrant un chiffre d'affaires Ra&D de 217 millions de francs, dont environ 60% ont été financés par l'économie. Pour chaque franc de la CTI, l'économie a investi 1,4 franc supplémentaire. Cela prouve un effet de levier considérable (Alliance, 2009 ; <http://www.bbt.admin.ch>).

Le **SECO**, quant à lui, applique une démarche « pull » en matière de transfert de technologie en incitant les entreprises à s'adresser aux Hautes écoles. Les besoins des PME en matière de savoir et de technologie sont communiqués aux chercheurs et leurs intérêts sont représentés.

Les technopôles ou parcs technologiques

Les **territoires technopolitains** attirent les entreprises high tech. C'est « un lieu privilégié de recomposition de l'appareil productif ». On dit également qu'il s'agit d'un « triangle d'or » Recherche–Université–Industrie. Le croisement localisé de ces trois composants est susceptible de générer de l'innovation. On distingue deux types de territoires technopolitains. Les techno parcs qui sont le plus souvent constitués autour d'une université ou d'une haute école et les parcs d'affaires qui offrent un certain nombre de services aux entreprises qui s'y installent. L'émergence des

synergies ne vient pas seule. La volonté des acteurs et des autorités locales est primordiale (Fourcade, 1992 ; Quéré, 1987)

La « stratégie technopôle » vise deux effets (Fourcade, 1992) :

- Le renforcement du tissu économique local : le système productif local existe, mais la politique des autorités territoriales vise à le renforcer, à le structurer à partir des atouts locaux multiples.
- Un effet créateur du local : l'aire locale dispose d'atouts, mais qui n'ont pas été exploités jusque-là. La tâche des autorités locales est beaucoup plus lourde, puisqu'il faut choisir un axe orientant le développement local et visant à faire émerger un milieu territorialisé favorable.

5.3.5. Instruments pour encourager le transfert du savoir-faire commercial

Aides financières

La plupart des cantons interrogés accordent une subvention **pour la participation à une exposition ou à une convention d'affaires** en vue de favoriser le développement commercial ou international de l'entreprise.

Plateformes de promotion

Plateformes de promotion sectorielles (clusters)

Les **clusters** correspondent à une concentration géographique d'entreprises et d'activités. Souvent le terme cluster est remplacé par « Systèmes de valeur ajoutée ». Le système de valeur ajoutée est défini de la manière suivante: Les prestations entrepreneuriales et les innovations commercialisables se développent mieux dans un environnement qui présente la masse critique et offre une grande diversité de savoir-faire, de services auxiliaires et d'infrastructures. Ces conditions sont avantageusement réunies par les systèmes de valeur ajoutée, qui sont des réseaux régionaux ou suprarégionaux caractérisés par le fait que les acteurs sont reliés horizontalement et verticalement. Les entreprises s'éperonnent mutuellement, ce qui a un effet positif sur le dynamisme de l'innovation et sur la compétitivité (Confédération Suisse, 2010k).

La Confédération reconnaît l'existence de clusters qu'elle considère comme une unité de fonctionnement importante de l'économie régionale. Toutefois elle admet qu'il n'est pas aisé de définir des clusters et qu'il est encore plus difficile de développer des politiques publiques industrielles en leur faveur. La Confédération ne

souhaite pas aller dans le sens d'une politique industrielle pour les clusters qui correspondrait plutôt à l'approche française très interventionniste. La Suisse a une approche plus libérale. Pour elle, c'est le marché et non l'Etat qui définit si un secteur a du potentiel. Pour qu'un cluster naisse, il faut avoir une masse critique suffisante de compétences dans un domaine spécifique.

Au début des années 2000, un article paru dans un magazine de sciences, révélait que l'Arc lémanique était le 3^{ème} pôle de compétences mondial dans les sciences de la vie. Dès lors une réflexion s'est engagée à l'UNIL et au CHUV pour imaginer comment mettre ce savoir-faire à profit. Le 1^{er} projet de collaboration et de regroupement est né : Bioalps. Tout d'abord une association « Bioalps » regroupant les cantons de Vaud et Genève a été créée, puis d'autres cantons les ont rejoints. A ce jour 5 cantons et 12 instituts de recherche sont membres de Bioalps. Sur cette expérience d'autres clusters sont nés : Micronarc (micro et nanotechnologies) AlpICT (technologies de l'information et de la communication), Clean Tech Alps.

Les plateformes de promotion sectorielles sont de véritables « politiques de promotion des clusters ». Afin de créer de la valeur ajoutée dans leur économie, les services de promotion économique soutiennent la valorisation de nouvelles activités dans des secteurs prioritaires préalablement définis qui correspondent aux secteurs d'activités des clusters.

Certains clusters utilisent des plateformes de promotion sectorielles pour mettre en avant leur pôle de compétences. Ces plateformes, créées et financées par la Conférence des chefs de département de l'économie publique de Suisse occidentale (CDEP-SO) ont pour mission de promouvoir les entreprises et les instituts de recherche de Suisse occidentale. Ces plateformes offrent les prestations suivantes (Canton de Vaud, Service de l'économie du logement et du tourisme SELT, 2010a).

- Organisation de stands et présence d'entreprises lors d'évènements professionnels en Suisse et à l'étranger
- Organisation de manifestations économiques et scientifiques dans la région
- Mise en réseau des entreprises, instituts et autres partenaires
- Mise à disposition d'une base de données des entreprises et instituts de Suisse occidentale

A ce jour, on compte en Suisse romande les plateformes sectorielles suivantes :

- **BioAlps** (sciences de la vie).

- **Micronarc** (micro nanotechnologies et industrie de précision).
- **AlpICT** (Technologies de l'information et de la communication).
- **Cleantech Alps**



Les responsables interrogés avouent que le soutien à de telles plateformes est politiquement très porteur. Le nombre de ces plateformes est limité car pour qu'un cluster naisse il faut avoir une masse critique suffisante de compétences dans un domaine spécifique. Le canton de Vaud pense qu'un créneau existerait encore éventuellement en matière de technologie du sport.

Malgré le petit budget dont disposent ces plateformes, les services cantonaux de promotion économique sont satisfaits du résultat obtenu. Ces plateformes ont amélioré la visibilité de ces entreprises et les acteurs se connaissent mieux au sein du même milieu. Pour eux, si l'on valorise l'innovation au travers de ces plateformes on privilégie l'investissement à long terme.

Plateformes export

Pour améliorer la capacité d'exportation des entreprises, les services de promotion économiques s'appuient sur les plateformes export gérées par l'OSEC. Elles visent à harmoniser l'offre suisse et à identifier la demande étrangère pour ensuite les mettre en adéquation. Elles ont également pour mission de favoriser le réseautage et l'échange d'informations entre acteurs suisses et étrangers. Elles complètent l'offre de prestations des entreprises ou associations en place en leur proposant une vaste gamme de services à l'export. A l'heure actuelle les plateformes suivantes sont actives:

- **SwissCleanTech** : La Suisse dispose d'entreprises innovantes et d'une longue expérience en la matière qui font d'elle une nation leader dans les Clean Tech.
- **Medtech Switzerland** : Le marché mondial des techniques médicales est en plein essor. L'extrême spécialisation des sous-traitants suisses est l'un des meilleurs atouts de l'industrie suisse, dont la réputation est excellente dans le monde entier.
- **Services médicaux / Swiss Health** : Cette plateforme a pour but de promouvoir la Suisse en tant que destination médicale d'exception.



- **Ingenious Switzerland** : La renommée des architectes, ingénieurs et designers suisses est mondialement reconnue.

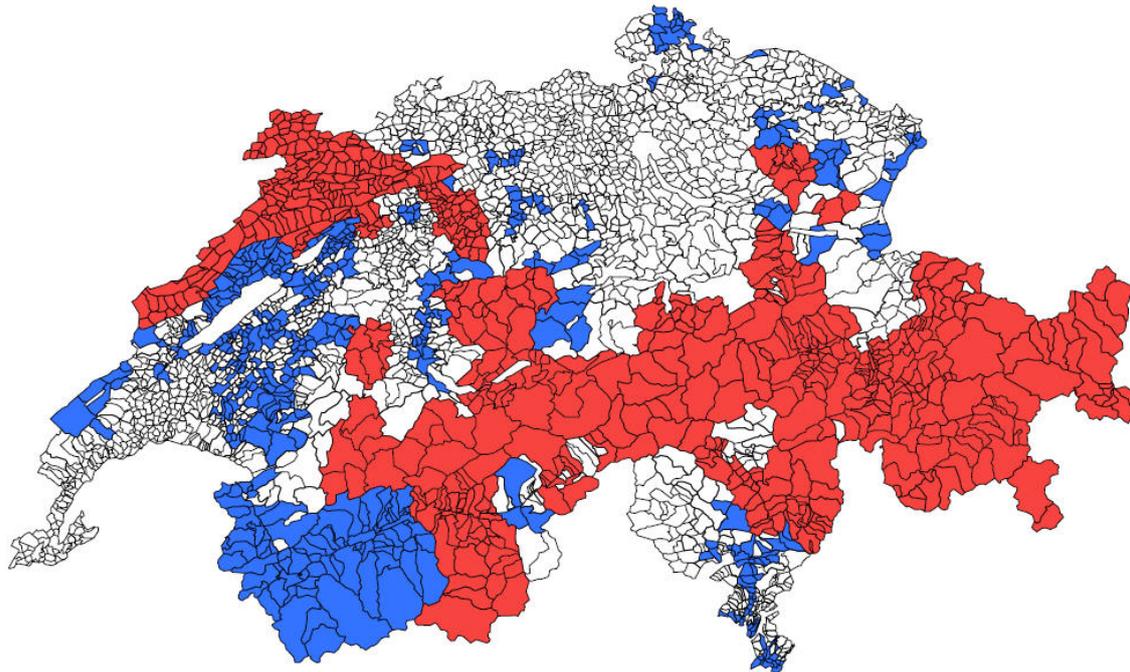


5.3.6. Instruments pour soutenir les régions structurellement défavorisées

Aides financières pour soutenir les systèmes de valeur ajoutée des régions structurellement défavorisées

La politique régionale est un élément de la politique économique cantonale qui permet aux régions économiquement et financièrement faibles de s'adapter au marché globalisé. En soutenant les régions rurales, la NPR permet de créer des régions fonctionnelles au sein desquelles les facteurs de production travail, capital, sol et savoir sont en interaction et constituent un espace économique commun. Le programme cantonal quadriennal de mise en œuvre de la NPR est financé conjointement et à parts égales par la Confédération et les cantons. Le montant injecté par la Confédération dans ce programme est précisé au travers d'une convention signée entre le canton concerné et la Confédération (Canton du Valais, 2008). Dès lors, la NPR permet de financer des entreprises qui servent l'intérêt régional.

Le SECO ainsi que les cantons ont la possibilité d'octroyer des **allègements fiscaux** pour des entreprises privées au travers de l'arrêté fédéral en faveur des zones économiques en redéploiement, mieux connu sous le nom **d'arrêté Bonny**. Bien que cet arrêté ait été abrogé par la nouvelle loi fédérale sur la politique régionale, entrée en vigueur le 1er janvier 2008, le Parlement a décidé de reconduire au niveau fédéral les allègements fiscaux en faveur des régions structurellement défavorisées. Ces allègements fiscaux ont pour but d'inciter à des développements d'entreprises (création, restructuration,...) afin d'amener un bénéfice global à l'ensemble de ces territoires économiquement faibles. Cela se traduit par des allègements fiscaux de 50% à 100% selon les territoires pour une durée de 5 à 10 ans (Loi fédérale sur la politique régionale, Art. 12 Allègements fiscaux). L'exonération fiscale temporaire est accordée aux entreprises nouvellement créées, ainsi qu'aux entreprises qui modifient de façon fondamentale leurs activités, qui exercent une activité durable et qui servent l'intérêt économique du canton. Les critères pris en compte pour l'octroi d'une telle exonération sont : le secteur d'activité à forte valeur ajoutée, le nombre d'emplois créés, la nature et le volume des investissements, la région d'implantation et la collaboration avec les hautes écoles et les centres de recherche du canton (Etat de Vaud, Service de l'économie, du logement et du tourisme SELT, 2010b).



- Zones bénéficiaires selon l'Ordonnance du DFE du 28 novembre 2007
Anwendungsgebiete gemäss EVD-Verordnung vom 28. November 2007
- Zones bénéficiaires d'un régime transitoire jusqu'à fin 2010 (allégements de max. 50%)
Begünstigte Gebiete einer Übergangslösung bis Ende 2010 (mit maximalen Steuererleichterungen im Umfang von 50%)

http://www.regiosuisse.ch/regionalpolitik/copy_of_Steuererleichterungskarte.jpg

Avec la nouvelle conception de la NPR, les anciens instruments de la politique régionale suisse (LIM, Regio Plus, arrêté fédéral en faveur des zones économiques en redéploiement, etc.) ont été repris dans la Loi fédérale du 6 octobre 2006 sur la politique régionale et orientés vers les nouveaux défis. La NPR prend le relais de la Loi sur les investissements en faveur des régions de montagne (LIM) (FriUp support PME).

Les aides financières de la Nouvelle politique régionale attribuées ensemble par la Confédération et les cantons revêtent les formes suivantes :

- les **contributions à fonds perdu** pour la conception, la réalisation de projets qui améliorent la compétitivité et la création de valeur ajoutée dans les régions, ainsi que pour des projets destinés à promouvoir la coopération transfrontalière (**INTERREG IV**)
- les **prêts à taux d'intérêt réduits ou sans intérêts** ou les **cautionnements** pour des infrastructures qui font partie de systèmes de création de valeur ajoutée concurrentiels. Le montant des aides financières est déterminé en fonction de l'effet global des actions entreprises.

- Les **subventions accordées par Innotour** pour la promotion de l'innovation dans le tourisme suisse. L'encouragement doit intervenir là où apparaissent les principales faiblesses de l'offre touristique et où l'innovation et la collaboration peuvent créer des avantages concurrentiels. Les projets doivent contribuer à apporter une solution pour les besoins urgents du tourisme suisse et doivent démontrer un avantage quantifiable (<http://www.inno-tour.ch/>)

Réseautage pour la contribution à la recherche dans les régions structurellement défavorisées

Par son «**Réseau de recherche Développement régional**» RegioSuisse contribue à mettre davantage en réseau la recherche et la pratique dans le domaine du développement régional. Il veut ainsi générer une meilleure visibilité des activités de recherche pertinentes pour la NPR. Ce réseau doit permettre de soutenir le tissu économique de la région par le renforcement de certains domaines de recherche et l'intégration de nouveaux domaines prometteurs (<http://www.regiosuisse.ch/>).

La collaboration entre les partenaires dans le cadre de la nouvelle politique régionale du SECO permet également aux entreprises qui développent pour la première fois leur capacité d'innovation et qui se lancent dans le processus d'innovation de bénéficier des services des **consortiums de recherche et de développement** soutenus par la CTI (<http://www.bbt.admin.ch/>).

5.4. Conditions cadre de la compétitivité économique territoriale

Le SECO considère qu'une bonne politique macro-économique garante d'une certaine stabilité est une priorité pour les PME. Cela se traduit notamment par une bonne politique monétaire, financière et fiscale. Pour la Confédération, les entreprises sont également à la recherche d'infrastructures de qualité (accessibilité, transports, aéroports, moyens de communication modernes, surfaces constructibles, locaux,...), d'institutions de recherche et développement compétitives, d'une main-d'œuvre qualifiée avec un bon niveau de formation et d'une promotion économique efficace.

Tous les responsables cantonaux interrogés considèrent que le capital humain, la productivité et l'accès aux marchés sont des conditions cadre primordiales pour les entreprises. Certains cantons avancent également le multilinguisme comme un facteur clé de succès. La charge fiscale semble être une priorité pour les entreprises. Toutefois, la pression fiscale paraît plus importante pour une grande entreprise que pour une start-up. Tous les responsables interrogés ont relevé l'importance des

effets d'agglomération pour les entreprises. Ils reconnaissent que ces synergies dynamisent leurs activités et leur capacité d'innovation. Ils reconnaissent volontiers que les entreprises sont sensibles à une législation libérale et à l'attitude ouverte d'un gouvernement face à l'économie. Les PME sont également attentives à la vision entrepreneuriale des pouvoirs publics de leur canton. Cela se ressent, par exemple, dans la facilité d'octroi de permis de travail, la qualité du service publique et le soutien de l'Etat lors des procédures administratives. Pour les interlocuteurs interrogés, la protection de la propriété intellectuelle est plus importante pour les entreprises high-tech que pour les entreprises des arts et métiers. Toutefois tous s'accordent à dire que les mesures mises en place par les pouvoirs publics pour garantir la propriété intellectuelle sont efficaces dans toute la Suisse. La plupart des responsables de la promotion économique endogène pensent que la qualité et le coût de la vie revêtent une importance secondaire pour les entrepreneurs.

Afin d'offrir des conditions cadre optimales au développement des PME, le SECO confie devoir lutter constamment dans les débats et les démarches politiques pour soutenir les intérêts des entrepreneurs.

La plupart des responsables des services de promotion économique cantonaux interrogés affirment avoir peu de moyens pour influencer les conditions cadre. Ils considèrent leurs activités plutôt comme un révélateur de ces conditions. Etant proche des entreprises, ils peuvent effectuer un « bottom up » de leurs besoins. Certains cantons avouent tout de même agir sur les charges financières des entreprises, notamment par des allègements fiscaux ou des primes à l'emploi. Certains confient agir sur le potentiel d'innovation et de développement en facilitant les contacts entre les hautes écoles et les entreprises.

La main-d'œuvre qualifiée est une priorité pour les entreprises. Le SECO confie qu'il s'engage pour que les contingents de permis de travail soient traités de manière généreuse pour les entreprises, afin que celles-ci puissent accéder à suffisamment de main-d'œuvre qualifiée. La plupart des services cantonaux de promotion économique ont un rôle de « facilitateur », notamment dans les contacts avec les services publics de l'emploi ou dans l'orientation vers des partenaires tels que la Fondation suisse pour la recherche en microtechnique qui dispensent des formations continues dans des domaines spécifiques.

5.5. Gouvernance en matière de promotion économique endogène

La plupart des responsables interrogés s'estime satisfait de la structure organisationnelle de la promotion économique endogène suisse. Tous relèvent que

l'offre est suffisamment large et que la complémentarité entre les divers partenaires est bonne. Ils considèrent que l'offre en matière de soutien à l'économie endogène est complète et équilibrée. La majorité des dirigeants pense qu'il n'existe pas ou peu de doublons entre les aides proposées par les organismes publiques aux divers échelons étatiques et par les nombreux partenaires privés. Seul le canton de Genève a relevé une légère redondance entre les aides financières cantonales de la FAE et communales de la FONDETEC. Cela provient probablement de son statut de ville-canton. Certains affirment que les contrôles sont suffisants pour ne pas dilapider l'argent du contribuable. Les services publics de promotion économique ne doivent en aucun cas concurrencer les prestataires privés. Les dirigeants interrogés admettent que la collaboration avec leurs partenaires est généralement bonne. Toutefois certains relèvent des divergences dans les convictions et quelques manques de coordinations et de clarté dans ce domaine. Souvent les entreprises éprouvent des difficultés à se retrouver dans cette structure complexe et peu transparente. Certains affirment même que des PME passent à côté de possibilités d'aides qui sont mal vendues ou mal connues. D'autres encore pensent qu'il faudrait améliorer la rapidité dans les procédures car les entreprises sont souvent pénalisées. Certaines PME reprochent que le coût des démarches administratives en temps et en argent est plus onéreux que la valeur de l'aide qui leur est accordée au finale. Le plus souvent les entreprises recherchent auprès des services de promotion économique des prestations simples telles qu'un accompagnement ou une diminution des tracasseries administratives. Dès lors, tous les responsables interrogés confient vouloir œuvrer pour simplifier les démarches administratives en faveur des entreprises.

La Confédération pense qu'il est très important de définir une vision commune afin de mener une stratégie globale. Dans ce but, certains pays ont recours aux plateformes d'intelligence économique territoriale, mais ce concept est encore mal connu en Suisse. Aucun des interlocuteurs interrogés n'avait entendu parlé de cet outil, mais tous ont relevé que ce type de plateforme avait peu de chance de fonctionner en Suisse. Selon eux, la Suisse est trop petite, sa politique est peu interventionniste et une telle plateforme engendrerait probablement des réticences politiques. Certains affirment que leur tissu économique est si petit que les contacts entre les acteurs sont fréquents et que le réseautage fonctionne très bien. Dès lors, il n'est pas utile de regrouper ces acteurs sur une même plateforme. De plus, certains cantons sont confrontés à des difficultés spécifiques comme la problématique des transfrontaliers ou du logement pour le canton de Genève. Ces spécificités rendraient difficile l'établissement d'une stratégie globale. Dans la plupart des cantons, un délégué aux questions économiques s'occupe déjà de coordonner tous les acteurs et d'effectuer une veille économique. Afin de globaliser leur stratégie, la plupart cantons privilégient les groupes de travail sur des thèmes spécifiques dans lesquels les services de promotion économique représentent la vision des entrepreneurs et défendent les intérêts des entreprises.

Le SECO va d'ailleurs dans le sens d'une globalisation de la stratégie avec sa Nouvelle Politique Régionale. C'est une politique transversale qui permet à certains cantons de regrouper leurs services afin de définir des stratégies globales et de mieux coordonner les politiques sectorielles comme l'aménagement du territoire, le trafic, l'accessibilité des régions, les politiques du tourisme, de l'environnement, de l'agriculture,... Au niveau cantonal, on voit apparaître des structures qui vont dans ce sens, telles que « Business Valais » qui est une initiative de l'Etat du Valais qui a pour but de regrouper sous une même entité tous les acteurs de la promotion économique cantonale. De son côté, le canton de Genève relève que, malgré qu'il n'existe pas de stratégie globale regroupant les acteurs cantonaux, les domaines des Clean Tech et des Biotechnologies disposent d'ores et déjà de stratégies globales qui ont fait leurs preuves.

5.6. Indicateurs utilisés pour mesurer le degré d'atteinte des objectifs de la promotion économique endogène

Un certain nombre d'études affirment que la politique et les institutions ont un effet sur le niveau d'efficience avec lequel les ressources sont réparties dans l'économie, mais aucun consensus concernant les mécanismes qui relient les cadres politiques à la croissance n'a été établi. Seule une étude empirique pourrait apporter les éléments permettant de déterminer le lien entre politique économique et croissance, mais les résultats de telles études sont souvent ambigus. Des données microéconomiques seraient nécessaires afin de mieux évaluer les liens entre l'accumulation du capital et le progrès technologique (Bassanini, Scarpetta, 2001).

La Suisse a opté pour un fonctionnement très libéral, dès lors il n'existe pas de système de veille stratégique globale en Suisse romande. Certains professionnels de la promotion économique pensent que l'Office fédéral de la statistique devrait mettre sur pied une plateforme qui offrirait en temps réel des tableaux de bord de la compétitivité régionale avec des cartes montrant la situation comparée pour les divers indicateurs. Cela permettrait de saisir des opportunités et d'anticiper les menaces dues à la compétitivité économique territoriale.

La plupart des responsables cantonaux interrogés utilisent des indicateurs macro-économiques tels que le PIB réel pour mesurer le niveau de croissance de leur économie. Le PIB est un indicateur de l'activité économique qui permet de mesurer et de comparer les degrés de développement économique des différents pays ou des différentes régions. Il reflète l'ensemble des opérations qui constituent la demande intérieure et la contribution extérieure. Le taux de variation du PIB, quant à

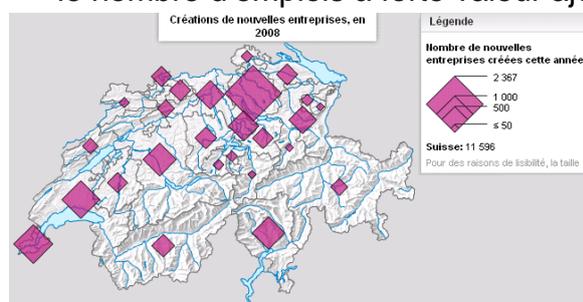
lui, représente le taux de croissance. La croissance du PIB par habitant est fréquemment utilisée pour mesurer l'amélioration du niveau de vie. Par contre, elle n'est pas appropriée pour l'analyse de la richesse ou du bien-être car elle ne tient pas compte de la valeur de certains biens. Le principal reproche que l'on peut faire aux comparaisons de PIB par habitant en parité de pouvoir d'achat, est qu'elles négligent des aspects essentiels du bien-être social, tels que les inégalités et les loisirs. Un PIB élevé peut cacher une pauvreté inacceptable, des heures de travail très importantes et une précarité des revenus, sans parler d'autres problèmes liés à la structure démographique de la population ou à son état de santé (Bassanini, Scarpetta, 2001 ; Mankiw, 1998 ; Le système de comptabilité nationale, OFS, 2008e ; Comptes nationaux 2008, OFS, 2009d ; Debonneuil, Fontagné, 2003).

Pour évaluer le degré d'atteinte des objectifs rapprochés, la plupart des cantons ont recours à des indicateurs fixés au cas par cas, selon les mandats de prestations confiés à leurs partenaires. Voici une liste exhaustive des principaux indicateurs utilisés par les services cantonaux de promotion économique qui sont ressortis lors des entretiens.

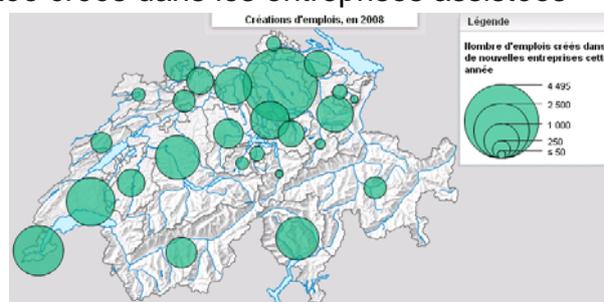
5.6.1. Indicateurs de la création de nouvelles entreprises

Les principaux indicateurs utilisés par les responsables cantonaux interrogés pour mesurer l'impact de leurs interventions sur la création de nouvelles entreprises concernent principalement le volume d'assistance personnalisée accordée aux entrepreneurs, ainsi que le nombre d'emplois engendrés :

- le nombre d'entreprises conseillées à leur création par les « case manager »
- le nombre de réponses données par les « guichets entreprises » qui ont mené à la création d'entreprises
- le nombre d'entreprises accompagnées par un coach lors de leur création
- le nombre d'entreprises créées suite à un accompagnement par un coach
- le nombre d'emplois créés dans les entreprises assistées
- le nombre d'emplois à forte valeur ajoutée créés dans les entreprises assistées



www.statatlas-suisse.admin.ch



www.statatlas-suisse.admin.ch

Les indicateurs concernent également plus spécifiquement la création de start-up et le soutien aux jeunes entrepreneurs, ce qui constitue l'un des objectifs prioritaires des services cantonaux de promotion économique :

- le nombre de coaching accordés aux start-up de moins de 3 ans
- le nombre de start-up soutenues financièrement à leur capitalisation
- le nombre de start-up issues de certaines structures (incubateurs, pépinières...)
- le nombre d'emplois à forte valeur ajoutée créés dans les start-up

Afin d'évaluer le coût de leur politique de promotion économique en faveur de la création d'entreprises endogènes, les responsables interrogés utilisent également des indicateurs financiers :

- le nombre d'offreurs de capitaux
- le nombre de demandeurs de capitaux
- le nombre de contributions à fonds perdu pour la création d'entreprise traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre de cautionnements pour la création d'entreprise traités, accordés, ainsi que le montant de ceux-ci
- le nombre de prises en charge partielles d'intérêts pour la création d'entreprise traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre de dossiers de cofinancements pour la création d'entreprise traités, accordés, ainsi que le montant de ceux-ci
- le nombre de dossiers de garanties de construction traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre de subventions pour la création d'entreprise traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre d'emplois créés dans les entreprises soutenues financièrement
- le nombre d'emplois à haute valeur ajoutée créés dans les entreprises soutenues financièrement

5.6.2. Indicateurs du soutien aux entreprises existantes

Les principaux indicateurs utilisés pour mesurer l'impact de l'assistance personnalisée accordée aux entreprises existantes, concernent principalement le volume des aides accordées dans ce domaine telles que :

- le nombre de sollicitations des services cantonaux de la promotion économique provenant d'entreprises établies
- le nombre de réponses données par les services cantonaux de la promotion économique à des demandes provenant d'entreprises établies
- le nombre d'entreprises établies qui ont reçu un conseil général
- le nombre d'expertises technologiques accordées à des entreprises établies
- le nombre d'expertises financières accordées à des entreprises établies

Afin d'évaluer le coût du soutien aux entreprises existantes, les responsables interrogés utilisent également des indicateurs financiers tels que :

- le nombre de subventions, pour la réalisation d'une étude ou d'un mandat ayant pour but de développer un produit novateur, traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre de cautionnements pour le développement d'entreprises traités, accordés, ainsi que le montant de ceux-ci
- le nombre de prises en charge partielles d'intérêts pour le développement d'entreprises traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre de dossiers de cofinancements pour le développement de l'entreprise traités, accordés, ainsi que le montant de ceux-ci
- le nombre d'emplois dans les entreprises aidées financièrement lors du développement de l'entreprise

5.6.3. Indicateurs de l'innovation

Les principaux indicateurs utilisés pour mesurer le degré d'atteinte des objectifs d'innovation d'affaires sont :

- le nombre d'entreprises contactées par le réseau « Platinn »
- le nombre d'entreprises rencontrées par le réseau « Platinn »
- le nombre d'entreprises accompagnées par le réseau « Platinn » et qui ont débouché sur un projet
- le nombre d'interviews d'innovation d'affaires menées par le réseau « Platinn » qui ont débouché sur un projet
- le nombre d'opportunités d'innovation d'affaires des PME détectées par « Platinn »
- le nombre de projets pilote d'innovation d'affaires suivis par le réseau « Platinn »
- le nombre de publi-reportages de « Platinn »
- le nombre de newsletters de « Platinn »
- le nombre de séminaires de sensibilisation organisés par « Platinn »
- le nombre d'ateliers d'innovation organisés par « Platinn »
- le nombre d'emplois dans les entreprises soutenues par « Platinn »
- le montant de la subvention cantonale accordée à l'association « Platinn »

Dans le cadre du soutien aux techniques innovantes les responsables interrogés utilisent les indicateurs suivants pour mesurer l'impact des incubateurs et des pépinières sur la création d'emplois :

- le nombre de projets d'entreprises présents dans un incubateur ou une pépinière d'entreprises
- le pourcentage de start-up en activité après avoir été incubées ou aidée par une pépinière
- le nombre d'entreprises bénéficiaires du programme d'aide à la création d'entreprises innovantes de Venturlab
- le nombre d'annonces d'inventions déposées par des incubateurs ou des pépinières d'entreprises
- le nombre de dépôts de brevets déposés par des entreprises issues d'incubateurs ou de pépinières d'entreprises
- le nombre de certifications reçues par des entreprises issues d'incubateurs ou de pépinières
- le nombre d'emplois dans les start-up issues des incubateurs ou des pépinières

Ils utilisent également des indicateurs pour mesurer l'efficacité des mesures pour améliorer la formation des employés du secteur technique et scientifique tels que :

- le nombre de formation de personnel technique ou scientifique subventionnés par les services cantonaux de promotion économique ou leurs partenaires, ainsi que le montant de ces subventions
- le nombre d'emplois dans les entreprises, dont la formation du personnel technique ou scientifique a été subventionnée
- le nombre de formations dispensées par Venturlab
- le nombre d'étudiants ayant suivi le programme de formation Venturlab qui intègrent un incubateur

Pour mesurer le coût de ces instruments pour favoriser l'innovation les responsables interrogés utilisent également des indicateurs financiers tels que :

- le nombre de dossiers de soutiens financiers à l'innovation traités
- le nombre de cautionnements de crédits bancaires accordés pour des projets impliquant des investissements ayant pour but de développer un produit novateur traités, accordés, ainsi que le montant de ceux-ci
- le nombre de subventions, pour la réalisation d'une étude ou d'un mandat ayant pour but de développer un produit novateur traitées, accordées, ainsi que le montant de celles-ci
- le nombre d'emplois dans les entreprises qui ont reçu une aide financière à l'innovation

5.6.4. Indicateurs du transfert du progrès technologique

Pour mesurer le degré d'atteinte de leur objectif d'amélioration du transfert du progrès technologique, certains indicateurs utilisés par les responsables cantonaux de la promotion économique concernent les consortiums de recherche et de développement tels que :

- le nombre de projets R&D soumis à la CTI
- le nombre de projets soutenus par la CTI
- le nombre d'entreprises accueillies ou visitées par les conseillers d'Alliance
- le nombre de projets évalués par les conseillers d'Alliance
- le nombre de propositions faites par les conseillers d'Alliance qui ont donné naissance à un projet
- le nombre de projets finalisés par « Alliance »
- le nombre de projets de R&D qui ont bénéficié de financements publics

5.6.5. Indicateurs du transfert du savoir-faire commercial

Afin de mesurer l'impact des plateformes de promotion sectorielles sur la valorisation des activités des entreprises appartenant à un cluster, les services cantonaux de promotion économique utilisent les indicateurs suivants :

- le nombre d'entreprises membres de plateformes sectorielles (BioAlps, Micronarc, AlpICT, Clean Tech) soutenues financièrement par la promotion économique
- le montant des soutiens accordés par la promotion économique aux plateformes sectorielles
- le nombre d'actions de promotion réalisées par les plateformes sectorielles soutenues, ainsi que les montants de ces soutiens lors d'événements professionnels dans les secteurs d'activités tels que les sciences de la vie, la micro nanotechnologie, l'industrie de précision, les TIC et les énergies renouvelables
- le nombre d'événements de sensibilisation à l'économie réalisés par les plateformes sectorielles soutenues
- le nombre de publi-reportages réalisés par les plateformes sectorielles soutenues

5.6.6. Indicateurs du soutien aux régions structurellement défavorisées

Afin de mesurer le soutien accordé aux projets régionaux, des indicateurs financiers sont utilisés tels que :

- le nombre de dossiers de crédits sans intérêts NPR traités
- le nombre d'études d'aides à fonds perdu pour les industries et les pôles réalisées

- les montants des aides financières NPR accordées
- Le nombre d'entreprises hébergées dans des incubateurs et des pépinières d'entreprises soutenus par la NPR
- nombre d'emplois dans les entreprises hébergées dans les incubateurs et les pépinières d'entreprises soutenus par la NPR

Comme l'un des objectifs de la NPR est de maintenir un habitat décentralisé, ainsi que de soutenir des régions fonctionnelles, certains indicateurs utilisés concernent également des aspects d'aménagement du territoire et de développement durable :

- le nombre de nouvelles personnes installées dans des régions prioritaires définies dans le cadre de la NPR
- le nombre de nouvelles entreprises installées dans des régions prioritaires définies dans le cadre de la NPR
- le nombre d'emplois créés dans des régions prioritaires définies dans le cadre de la NPR

5.7. Constats et conclusions de d'enquête qualitative

La Confédération, ainsi que les cantons romands interrogés se concentrent principalement sur des objectifs qualitatifs, car selon eux l'évolution de l'économie est difficilement planifiable.

Toutefois les objectifs de promotion économique endogènes, tant fédéraux que cantonaux, sont relativement homogènes. Les responsables interrogés pensent que les forces de l'économie suisse sont la flexibilité, la créativité et l'innovation. Les Etats se concentrent principalement sur la mise en place de conditions cadre favorables à l'activités des entreprises au travers de leurs politiques économiques, monétaires, fiscales,... mais cherchent également à favoriser la création de postes de travail à haute valeur ajoutée en misant sur l'innovation, le transfert du progrès technologique et le transfert du savoir-faire commercial. Afin d'améliorer la valeur ajoutée de leur économie, ils soutiennent les incubateurs et les pépinières d'entreprises, ils favorisent le développement des clusters et cherchent à intensifier les contacts entre la formation et les entreprises. Les instruments à leur disposition sont hétéroclites, leurs partenaires nombreux et le système de gouvernance mis en place manque quelque peu de transparence.

L'activité principale de la promotion économique est « le soutien personnalisé aux entrepreneurs dans leurs procédures administratives », car ceux-ci sont souvent défavorisés par la surcharge de bureaucratie qui pénalise leur productivité. Ils se

tiennent également à la disposition d'entrepreneurs qui souhaitent effectuer une expertise technologique ou financière afin de créer une entreprise, de développer ou de repositionner des activités existantes.

Selon des critères bien définis (importance du projet au niveau de l'investissement et du nombre d'emplois créés, niveau hautement qualifiés des emplois créés, projet créateur de valeur) ces aides peuvent également être accordées sous forme financière ou sous forme de coaching. Les domaines à forte valeur ajoutée (NTIC, Clean Tech, Micro nanotechnologie, biotechnologie, MedTech,...) sont privilégiés. Ces aides sont accordées lors de la création ou du développement des activités des entreprises (études de faisabilité, développement de prototypes, procédés de fabrication, obtention de certification, dépôts de brevets) ou pour promouvoir des industries ou des technologies à fort potentiel. Les services cantonaux de promotion économique agissent toujours en complément de l'offre privée.

Les start-up ayant un fort potentiel de croissance sont des cibles prioritaires des organismes de promotion économique cantonaux. Elles constituent les prémices de sociétés qui pourraient devenir des acteurs plus ou moins importants de l'économie régionale et ont un potentiel de création d'emplois élevé. Pour la Confédération, les incubateurs et les pépinières d'entreprises sont de bons outils qui doivent répondre aux besoins spécifiques d'un tissu économique régional. Dès lors, ils doivent être gérés par les cantons qui connaissent parfaitement ces spécificités. Tous les responsables cantonaux interrogés y voient un intérêt économique pour leur canton, car les incubateurs traduisent la volonté de garder une industrie forte. Ils sont d'excellents outils pour faire éclore des entreprises de niche pérennes, surtout dans les cantons qui ne possèdent pas d'université. La Nouvelle Politique Régionale (NPR) a pour but d'inciter à des développements d'entreprises à forte valeur ajoutée dans des régions économiquement faibles afin d'amener un bénéfice global à l'ensemble de ces territoires. Il est important de maintenir un habitat décentralisé, ainsi que des entreprises et des emplois dans ces régions périphériques. C'est pourquoi les services cantonaux de la promotion économique de ces cantons soutiennent les incubateurs d'entreprises dans le cadre de la NPR, afin de parvenir à créer des régions fonctionnelles et autonomes. Selon les responsables interrogés, le pourcentage d'entreprises de niche pérennes issues des incubateurs et des pépinières d'entreprises est encourageant.

Les responsables interrogés pensent qu'il est également important de soutenir des programmes de sensibilisation à l'économie dans les écoles. Cela permet de détecter les projets prometteurs au plus tôt et de lancer une nouvelle génération d'entrepreneurs. Ces programmes chapeautés par «Venturlab » permettent de combler le vide entre l'idée naissante et l'incubateur d'entreprises.

Dans le contexte de mondialisation et de concurrence accrue, il faut se positionner sur de nouvelles technologies ou sur de nouveaux marchés. Les services cantonaux de promotion économique soutiennent les consortiums de recherche et de développement de la CTI. Ces consortiums offrent aux sociétés l'accès aux compétences et aux ressources de leurs membres en tissant des liens entre les laboratoires, les écoles et les entreprises. Tous y voient un réseau proactif permettant de créer une dynamique de collaboration favorisant la croissance et la création d'emplois.

Les clusters sont des concentrations géographiques d'entreprises et d'activités dans lesquelles les prestations entrepreneuriales et les innovations se développent mieux car la masse critique d'acteurs du même domaine y est importante. Bien que ces effets d'agglomération apportent une dynamique favorable à la croissance des activités, la Confédération ne veut pas aller dans le sens d'une politique industrielle pour les clusters. A son avis, c'est le marché et non l'Etat qui définit si un secteur possède un potentiel commercial. Les plateformes de promotion sectorielles permettent de soutenir la valorisation des activités des clusters. Les responsables de la promotion économique rencontrés confient que ces plateformes ont permis d'améliorer la visibilité des entreprises qui s'y trouvent. Malgré les petits moyens dont disposent ces plateformes, les résultats sont satisfaisants. Les acteurs du même domaine se connaissent mieux ce qui a engendré une dynamique des échanges. Pour les responsables cantonaux, ces plateformes constituent un investissement à long terme pour les régions.

Les responsables interrogés confient que, bien qu'il n'existe que peu de technopôles en Suisse romande, il est important de les soutenir car ils attirent des entreprises high-tech susceptibles de générer de l'innovation.

Tous les services de promotion économique rencontrés accordent des aides financières pour le développement des PME qui veulent s'étendre ou s'internationaliser. Afin d'harmoniser l'offre suisse et d'identifier la demande étrangère pour ensuite les mettre en adéquation, les services de promotion économique s'appuient sur des plateformes export spécifiques gérées par l'OSEC.

Il est ressorti des entretiens que les principales conditions cadre recherchées par les entreprises sont la main-d'œuvre qualifiée, la productivité et l'accès aux marchés. Le multilinguisme est souvent considéré comme un atout important pour la Suisse. La charge fiscale constitue une condition primordiale pour les grandes entreprises, tandis que les start-up s'attachent plus à d'autres critères comme l'accès aux

marchés, les effets d'agglomérations ou les mesures en faveur de l'innovation. Tous les responsables interrogés s'accordent sur le fait que les entreprises sont également sensibles à une législation plutôt libérale qui se traduit par une promotion économique efficace et à l'écoute des besoins des entreprises, une facilité dans l'octroi de permis de construire ou de permis de travail.

6. Enquête quantitative

6.1. Méthodologie de l'enquête quantitative

Un **questionnaire d'enquête quantitative** a été établi en fonction des éléments ressortis de l'analyse documentaire ainsi que des entretiens qualitatifs. Il a été rédigé à l'aide du programme Sphinx et soumis, via Internet, à 504 PME romandes. Ce questionnaire est resté en ligne durant 3 semaines et 1 relance a été effectuée après 2 semaines aux entreprises de l'échantillon. Pour des raisons de protection des données seul un échantillon d'adresses postales a pu être fourni. Il a ensuite dû être adapté, car toutes les entreprises ne possédaient pas d'adresse e-mail. Autant que possible, les entreprises n'ayant pas d'adresse e-mail ont été remplacées par une autre entreprise de la même branche d'activité et du même canton en possédant une. Comme cela n'a pas été possible pour tous les cas, seule la proportionnalité géographique a pu être garantie, tandis que la proportionnalité entre les branches Noga n'a pu être entièrement conservée. Toutefois cela ne devrait pas engendrer de distorsion de la représentativité étant donné que les critères d'octroi d'aides de la promotion économique ne concernent pas que la branche d'activité, mais surtout la capacité d'innovation des entreprises. Si l'on part du postulat que chaque entreprise est susceptible d'engendrer de l'innovation dans son domaine spécifique, il n'y a donc pas de distorsion de la représentativité dans cet échantillonnage.

Dès lors, l'échantillonnage a été réalisé selon les critères suivants :

- **Taille des entreprises** : entreprises actives de 1 à 249 emplois
- **Branches d'activités** : entreprises actives dans les secteurs d'activités définis dans la nomenclature Noga (08) sauf
 - O (Administration publique et défense; sécurité sociale obligatoire).
 - T (Activités des ménages en tant qu'employeurs, activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre).
 - U (Activités extraterritoriales).
- **Répartition géographique** : cantons romands (FR, GE, JU, NE, VS, VD) sans Berne, uniquement les régions francophones
- **Taille de l'échantillon** :
 - proportionnalité géographique (84 unités par canton)
 - pas de proportionnalité à l'intérieur des branches Noga (08)

Le questionnaire quantitatif portait sur le ressenti des PME romandes en matières de politique de promotion économique endogène. Ce questionnaire visait à évaluer quantitativement le degré de connaissance des prestations, l'efficacité de celles-ci et le degré de satisfaction des PME romandes en matière de politique de promotion économique endogène. Ce questionnaire portait plus spécifiquement sur les thèmes suivants : la connaissance des prestations proposées à l'égard des PME, la qualité et l'efficacité des aides proposées aux PME romandes, puis sur des thèmes plus spécifiques tels que l'innovation, la recherche et le développement, les incubateurs d'entreprises, les relations avec d'autres entreprises du même secteur, les clusters et les relations avec les Hautes Ecoles/Universités. Ce questionnaire cherchait également à évaluer les conditions cadre recherchées par les entreprises romandes pour choisir le lieu d'implantation de leurs activités (*annexe 13.2*)

Pour l'interprétation des résultats, l'analyse des corrélations a été effectuée avec les seuils d'erreur suivants :

- Très significatif (**TS**) : 1%
- Significatif (**S**) : 5%
- Pas significatif (**PS**) : 15%

6.2. Analyse des résultats empiriques

61 questionnaires sur les 504 envoyés ont été retournés. Tous ont pu être traités. Le taux de participation à cette étude est donc de 12.1%.

Etant donné le peu de questionnaires remplis, il a été très difficile d'extraire des résultats de cette base de données. En effet, parmi les répondants seules 13 entreprises ont déjà sollicité les services de la promotion économique, 10 ont fréquenté un incubateur, 10 sont membres d'un cluster, 10 entreprises investissent plus de 25% de leur budget dans la recherche et le développement, dès lors il est difficile d'avoir un avis représentatif sur la qualité et l'efficacité des prestations.

Le faible taux de réponses oblige à émettre des réserves quant à la représentativité des résultats quantitatifs ci-dessous. Dès lors, les hypothèses ne pourront pas être vérifiées. Toutefois, cette analyse permettra de ressortir les tendances les plus représentatives relevées auprès des PME romandes interrogées.

Parmi les répondants, 13,1% des entreprises se trouvent dans le canton de Fribourg, 14,8% dans le canton de Genève, 18% dans le canton du Jura, 18% dans le canton de Neuchâtel, 19,6% dans le canton de Vaud et 16,4% dans le canton du Valais.

70,5% des répondants sont de petites entreprises de moins de 10 employés, tandis que 4,9% des entreprises comptent plus de 100 employés.

Parmi ces entreprises, 11 produisent des produits classiques peu technologiques, 25 produisent des produits hautement technologiques et 25 sont actives sur le marché des services.

49,2% des entreprises qui ont répondu à ce questionnaire sont actives depuis plus de dix ans, tandis que seul 1,6% le sont depuis moins d'un 1 an. 31,1% des entreprises répondantes ont démarré leurs activités en tant que start-up. Parmi ces 31,1% de start-up, 55,6% le sont encore à ce jour, tandis que 44,4% sont devenues des PME traditionnelles (*Annexe A*)

83,6% des entreprises ne sont membres d'aucun cluster, dès lors 16,5% des répondants appartiennent à un cluster.

83,6% des PME interrogées n'ont intégré aucun incubateur d'entreprises à leur création, tandis que 16,4% ont débuté leur activité au sein d'un incubateur d'entreprises.

18% des entreprises qui ont répondu à cette étude sont situées dans un parc technologique et 13,1% dans un parc industriel, alors que 67,2% des répondants sont situés hors de toute zone d'activités spécifiques.

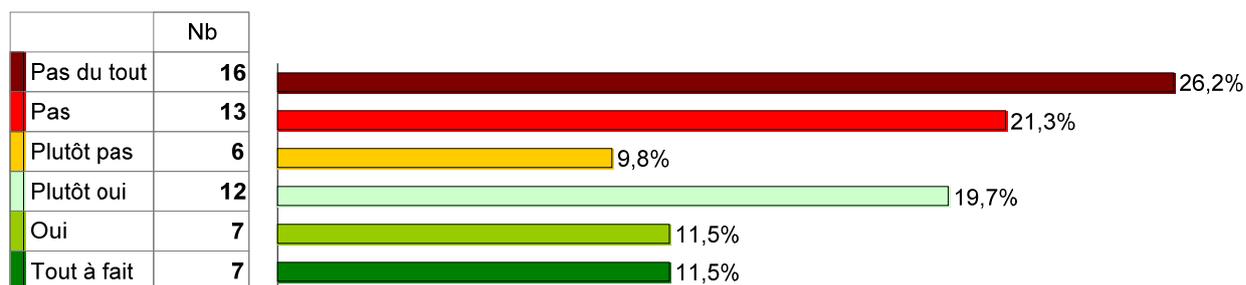
6.3. Analyse des résultats sur la base de tableaux à plat et de tableaux croisés

6.3.1. Connaissances des prestations de la promotion économique endogène en faveur des PME

Il est ressorti des entretiens qualitatifs avec les responsables cantonaux et fédéraux de la promotion économique que le système de gouvernance appliqué dans ce domaine en Suisse manquait de coordination et de clarté et que les entreprises éprouvaient des difficultés à se retrouver dans cette structure complexe et peu transparente. Certains affirment même que des PME passent à côté de possibilités d'aides qui sont mal vendues ou mal connues. Pour répondre à cette question, un tableau à plat sur la base de la question 1 (Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton) est constitué (*Annexe B*):

Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

Moyenne = 3,03 'Plutôt pas' Ecart-type = 1,73



Il ressort de cette analyse que toutes les entreprises ne connaissent pas les prestations proposées à leur égard par les services de promotion économique cantonaux ou fédéraux de la même manière. Plus du quart des entreprises qui ont répondu affirment ne pas du tout connaître ces prestations. La proportion des entreprises qui les connaissent très peu, voire pas du tout atteint même 47,5%. A l'inverse 23% des entreprises pensent bien, voire très bien connaître les prestations à leur égard.

Dès lors, il serait intéressant d'analyser si le degré de connaissance dépend du canton dans lequel se trouve la PME afin d'évaluer si l'efficacité de la communication est égale dans tous les cantons concernés. Pour répondre à cette question les variables 1 (Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton) et 45 (Mon entreprise est située dans le canton suivant) ont été croisées (annexe B) La relation n'est pas significative, dès lors la corrélation entre le lieu de situation de l'entreprise et le fait de connaître les prestations proposées par les services de promotion économique, n'est pas avérée. On ne peut donc pas affirmer que les méthodes de communication appliquées par les cantons du Valais ou de Neuchâtel sont moins pertinentes que celles appliquées par les cantons de Genève ou de Fribourg, ni que la communication du canton de Vaud semble plus ciblée pour les entreprises situées dans l'agglomération lausannoise.

Etant donné que les aides endogènes proposées aux entreprises par les services de promotion économique s'adressent principalement aux entreprises technologiques, il serait intéressant de savoir si la communication est ciblée sur celles-ci. Pour analyser ce paramètre, **3 strates** ont été réalisées (*Annexes C1, C2, C3*):

Entreprises classiques : question 47 (Mon entreprise est active sur le marché suivant)

- Produits classiques (peu technologiques) sur un marché avec beaucoup de concurrence

- Produits classiques (peu technologiques) sur un marché avec peu de concurrence

Entreprises technologiques : *question 47 (Mon entreprise est active sur le marché suivant)*

- Produits technologiques (de pointe) sur un marché avec beaucoup de concurrence
- Produits technologiques (de pointe) sur un marché avec peu de concurrence

Entreprises des services : *question 47 (Mon entreprise est active sur le marché suivant)*

- Marché des services

On s'aperçoit que les entreprises technologiques affirment connaître beaucoup mieux les prestations proposées à leur égard que les entreprises classiques et les entreprises de service. En effet, 60% des entreprises technologiques connaissent ces prestations, toutefois seul 12% les connaissent tout à fait. A l'inverse, 72,8% des entreprises classiques ne les connaissent pas et même 63,7% affirme les connaître très peu voire pas du tout. Les entreprises de services, quant à elles, avouent majoritairement ne pas connaître les aides proposées par le service de promotion économique de leur canton. On remarque même que 44% ne connaît pas du tout ces prestations.

6.3.2. Adéquation avec les objectifs de la promotion économique endogène

6.3.2.1. Favoriser la création d'entreprises et soutenir les entreprises existantes.

Etant donné le faible taux de retour de cette enquête, il est très difficile d'évaluer la qualité des prestations proposées aux entreprises par les organismes de promotion économiques. En effet, moins d'1/4 des entreprises qui ont répondu à ce questionnaire avouent avoir déjà sollicité l'aide d'un organisme de promotion économique à ce jour. En termes effectifs, seul 13 entreprises ont répondu oui à la question 2 (Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique de mon canton).

Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : 100,0%

	Nb	% cit.
oui	13	21,3%
non	48	78,7%

Il est ressorti de l'enquête qualitative auprès des responsables de la promotion économique endogène que près du 50% des dossiers traités par leurs services concernaient des soutiens à des entreprises nouvelles qui offrent des produits classiques. Dès lors, il serait intéressant de savoir si la proportion des entreprises classiques qui ont déjà sollicité leurs services correspond aux chiffres avancés par

les responsables cantonaux de la promotion économique. Pour répondre à cette interrogation, une analyse de la variable No 2 (*Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique...*) est effectuée sur la base de tableaux à plat en appliquant les **strates** préalablement définies (*Annexes D1, D2, D3*) :

- **entreprises technologiques**
- **entreprises classiques**
- **entreprises des services**

On remarque que seul 27,3% des entreprises classiques qui ont répondu ont déjà sollicité une aide d'un service de promotion économique par le passé, tandis que 40% des entreprises technologiques l'ont déjà fait. Par contre aucune entreprise de service n'avoue l'avoir déjà fait. Cela vient probablement du fait que les entreprises technologiques connaissent mieux ces aides et que celles-ci sont principalement ciblées à leur égard. Toutefois le faible taux de réponse pour les entreprises classiques (seules 11 entreprise) ne permet pas d'affirmer qu'elles sont moins sujettes à solliciter des aides des organismes de promotion économique.

Si l'on part du postulat que les entreprises technologiques connaissent mieux les aides proposées à leur égard par les organismes de promotion économiques et qu'elles sollicitent plus facilement leur aide que d'autres types d'entreprises, il serait intéressant de savoir si ces aides leur sont également plus souvent accordées. En effet, aux dires des responsables interrogés lors de l'enquête qualitative, l'innovation, le transfert du savoir-faire technologique et l'augmentation de la valeur ajoutée de l'économie constituent des axes prioritaires de la promotion économique endogène. Il semblerait donc normal que les aides soient majoritairement accordées aux entreprises technologiques qui constituent une cible prioritaire. Pour répondre à cette question, une analyse de fréquences de la question 6 (*Par le passé, mon entreprise a obtenu une aide du service cantonal de promotion économique...*) est réalisée en appliquant les **strates** préalablement définies (*Annexes E1, E2*)

- **entreprises technologiques**
- **entreprises classiques**

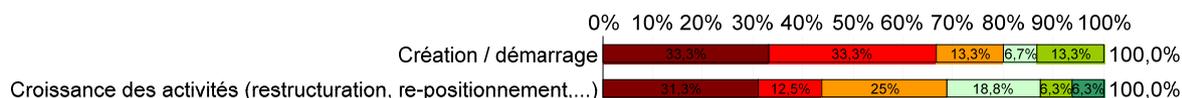
Comme les entreprises de services qui ont répondu à ce questionnaire n'ont jamais sollicité l'aide des services de promotion économique, cette analyse n'a pas pu être réalisées pour ce type d'entreprises. Bien que les aides semblent accordées aux entreprises qui sollicitent les services de la promotion économique quelque soit le type d'activités exercées par celles-ci, le nombre de réponses singulières, statistiquement non représentatives, ne permet pas d'interpréter ce résultat.

Il serait également intéressant de savoir quel type d'aide a été accordé durant quelle phase de la vie d'une entreprise. Pour répondre à cette interrogation, les questions 3 (Mon entreprise a sollicité une aide du service cantonal de promotion économique dans la phase suivante de sa vie) et la question 7 (L'aide que mon entreprise a obtenue par le service cantonal de promotion économique a été accordée sous forme de) ont été croisées. Etant donné qu'aucune entreprise n'a sollicité une aide durant la phase de déclin des activités, ce tableau a été tronqué à 2 lignes.

	Information sur les processus et démarches administratives	Orientation vers un organisme de coaching ou d'accompagnement (OPI, Platinn, Genilem, CTI, Fri Up, incubateurs d'entreprises, ...)	Aides financières directes du service de promotion économique cantonal (cautionnement, prise en charge d'intérêts, subvention, prêts sans intérêt,...)	Orientation vers un organisme d'aides financières (FAE, Capital proximité, Fondation pour l'innovation technologique, Venture Kick, Polytech Ventures, Business Angels,...)	Allègements fiscaux	Autre
Création / démarrage	5	5	2	1	2	0
Croissance des activités (restructuration, re-positionnement,...)	5	2	4	3	1	1

p = 51,3% ; chi2 = 4,26 ; ddl = 5 (NS)

La relation n'est pas significative.



Cette relation n'est pas significative, il n'y a donc pas de lien entre le type d'aide accordée et la phase de la vie de l'entreprise. De plus, le nombre de réponses est insuffisant pour émettre une affirmation. Toutefois la tendance suivante ressort. En phase de création ou de démarrage les organismes de promotion économique accordent un soutien de manière proportionnelle dans les démarches administratives (33,3%), dans l'orientation des entreprises vers leurs partenaires en matière de coaching ou d'accompagnement (33,3%) et dans les aides financières et allègements fiscaux (33,3%). En phase de croissance des activités l'importance des aides financières et des allègements fiscaux augmente à 47,7% et la part de coaching diminue nettement pour passer à 12,5% des sollicitations accordées.

Il est ressorti durant les entretiens qualitatifs que l'assistance administrative et l'information sur les processus étaient accordées à tous types d'entreprises indépendamment des activités et que ces tâches constituaient l'activité principale de la promotion économique. La majorité des aides en matière de coaching et des aides

financières étaient destinées, quant à elles, à des entreprises technologiques. Dès lors, il serait intéressant de savoir quel type d'aide a été accordé à quel type d'entreprise et durant quelle phase de sa vie. Pour répondre à cette question, une analyse des questions 3 (Mon entreprise a sollicité une aide du service cantonal de promotion économique dans la phase suivante de sa vie) et 7 (L'aide que mon entreprise a obtenue par le service cantonal de promotion économique a été accordée sous forme de) est réalisée en appliquant les **strates** préalablement définies (*Annexes F et G*)

- **entreprises technologiques**
- **entreprises classiques**

La relation est non significative, il n'y a donc aucune relation ni pour les entreprises technologiques, ni pour les entreprises classiques entre ces 2 variables. Toutefois une tendance se dégage. On s'aperçoit que seules des informations sur les processus et les démarches administratives sont accordées en phase de création aux entreprises classiques, tandis que les entreprises technologiques bénéficient également de coaching, d'aides financières et d'allègements fiscaux, ce qui confirme les dires des responsables cantonaux de la promotion économique. En phase de croissance, on retrouve toutefois 25% d'aides accordées aux entreprises classiques pour du coaching ou de l'accompagnement. Cela entre probablement dans le cadre de l'objectif « Soutien à l'innovation ». En effet, lors des entretiens qualitatifs, les responsables interrogés ont confié travailler avec leur partenaire « Platinn » pour l'innovation d'affaires. Ce partenaire a pour mission de renforcer le système d'innovation d'affaires des PME. Dans le cadre de cet appui, l'association favorise le développement des capacités d'entreprise, principalement: les sources d'idées d'innovation d'affaires, les ressources internes, les partenariats et les collaborations.

Etant donné le faible taux de retour, il est difficile de connaître le but des sollicitations de la part des entreprises. Seules 15 observations, sachant qu'une même entreprise avait pu faire plusieurs sollicitations, ont été enregistrées à la question 4 (Mon entreprise a sollicité cette aide dans le but suivant). Il ressort toutefois une légère tendance pour le « soutien à l'innovation » et le « soutien à l'investissement ». Avec 3,3% de réponses, le soutien à la commercialisation vient largement derrière, tandis qu'aucune entreprise n'a sollicité une aide pour un soutien à l'internationalisation de ses activités (*Annexe H*).

Les politiques de promotion économique ne sont pas toujours efficaces. Parfois les financements sont insuffisants et on se contente de faire du "saupoudrage", parfois une aide à l'installation pour une entreprise qui aurait choisi la localisation en question, même sans soutien public se solde par un "effet d'aubaine". Certaines aides publiques peuvent être captées par des entreprises opportunistes qui se sont engagées dans des stratégies de "chasse à la prime" (Marty, 2006). Dès lors, il serait

intéressant de savoir si ces aides ont eu « l'effet déclencheur » désiré sur les projets ou si elles ne constituaient qu'une opportunité pour ces entreprises. Pour répondre à cette question, un tableau à plat sur la question 13 (L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet « déclencheur ». Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé) à été réalisé (Annexe I).

Seules 13 entreprises ont répondu à cette question. Dès lors, la représentativité de ces chiffres n'est pas garantie. Toutefois, il ressort la tendance suivante. 61,6% des entreprises qui ont reçu une aide du service cantonal de promotion économique avouent que celle-ci a eu un effet déclencheur sur leur projet. Par contre, aucune entreprise n'a répondu « Tout à fait d'accord » ce qui veut dire que le refus de cette aide n'aurait peut-être pas été rédhibitoire. L'effet « déclencheur » de cette aide semble moins important pour les entreprises classiques qui ont répondu majoritairement « pas d'accord ou pas du tout d'accord » à cette question. A l'inverse elle semble primordiale pour les entreprises dites technologiques qui sont favorable à 70% à cette affirmation.

Il serait également utile de connaître durant quelle phase de la vie d'une entreprise ces aides ont un effet déclencheur sur les projets. Pour répondre à cette question les variables 3 (Mon entreprise a sollicité une aide du service cantonal de promotion économique dans la phase suivante de sa vie) et 13 (L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet « Déclencheur ». Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé) ont été croisées. Etant donné qu'aucune entreprise n'a sollicité d'aide durant la phase de déclin de ses activités, le tableau a été tronqué à 2 lignes (Annexe K).

La relation n'est pas significative, dès lors la corrélation entre ces 2 variables n'est pas avérée. Il semblerait toutefois que l'aide des organismes de promotion économique revêt un effet « déclencheur » lors de restructuration ou de repositionnement des activités de l'entreprise, car 71,5% des sollicitations effectuées dans ces phases ont eu un effet plus ou moins déclencheur sur le projet, tandis que seules 57,2% des sollicitations en phase de création ont eu un effet déclencheur. Cela vient peut-être du fait qu'il existe plus d'aides privées à la création d'entreprises. Dès lors, comme les services cantonaux de promotion économique agissent en complément de l'offre privée, certaines entreprises ont pu obtenir un tel soutien auprès d'organismes privés.

Il est également important de connaître les formes d'aides qui ont un effet « déclencheur » sur les projets. Pour répondre à cette question, les variables 7 (L'aide que mon entreprise a obtenue par le service cantonal de promotion économique a été accordée sous forme de) et 13 (L'aide que mon entreprise a reçue

a eu un effet « déclencheur ». Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé) ont été croisées. La forme d'aide « Autre » n'a pas été retenue pour cette analyse (Annexe J). La relation est non significative, dès lors, il n'y a pas de relation prouvée entre ces 2 variables, de plus le faible taux de réponse à cette question ne permet pas d'apporter d'affirmation sur les résultats. Toutefois, une tendance se dessine dans ce tableau. On remarque que tant les informations, que les aides financières et les allègements fiscaux ont dans 50% des cas, un effet plus ou moins déclencheur sur le projet, tandis que le coaching a un effet déclencheur sur le projet dans 83,3% des cas. Cela provient probablement du fait qu'il existe d'autres alternatives privées pour le financement et que les entreprises ont toujours la possibilité d'effectuer les démarches administratives par leurs propres moyens.

6.3.2.2. Encourager l'innovation

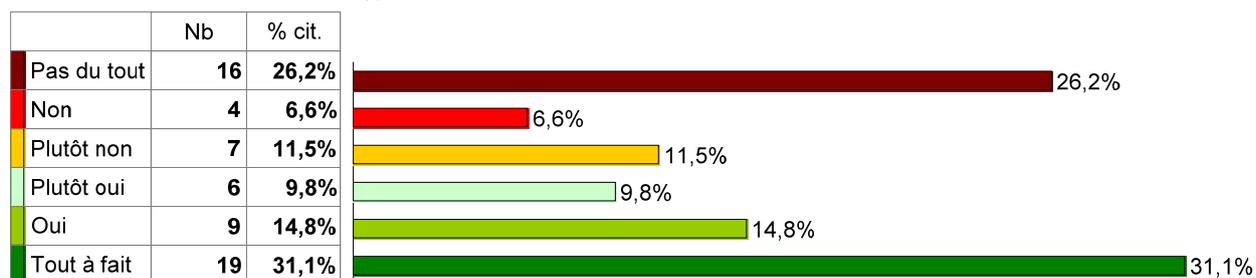
Il est ressorti des entretiens qualitatifs que les incubateurs d'entreprises constituaient un excellent moyen de faire éclore des entreprises de niche pérennes qui constitueront le tissu économique de demain, notamment dans des cantons comme le Valais qui ne possèdent pas d'université. La première question qui vient à l'esprit est de savoir si les entreprises connaissent l'existence et le rôle des incubateurs.

Pour répondre à cette question, un tableau à plat sur la base de la question 27 (Je sais ce qu'est un incubateur d'entreprises et je connais son rôle) est effectué.

Je sais ce qu'est un incubateur d'entreprises et je connais son rôle.

Taux de réponse : **100,0%**

Moyenne = **3,74** 'Plutôt oui' Ecart-type = **2,03**



Avec un taux de réponse de 100% à cette question, on peut affirmer avec quelques réserves dues au faible taux de réponse à cette enquête que les avis à ce sujet sont très tranchés. Soit les entreprises connaissent tout à fait (31,1%) le rôle des incubateurs, soit elles ne le connaissent pas du tout (26,2%). Les avis mitigés sont moins nombreux. Les entreprises technologiques penchent vers le « tout à fait » avec 60% de plutôt oui, oui et tout à fait, tandis que les entreprises classiques penchent vers le « pas du tout » avec 90,9% de pas du tout, non et plutôt non. Ces résultats sont conformes à l'objectif des incubateurs car leur rôle est de faire émerger des entreprises à forte valeur ajoutée.

Il serait donc intéressant de savoir quels bénéfices apportent ces incubateurs à la création d'une entreprise. Pour répondre à cette question une analyse de la question 29 (L'incubateur que mon entreprise a fréquenté lui a permis de) a été réalisée (Annexe L). Seules 10 entreprises ont fréquenté un incubateur et ont émis un avis sur cette question, la représentativité n'est donc pas établie. Les non réponses ne sont pas prises en compte. Toutefois, il ressort de cette analyse que les principaux bénéfices retirés de la fréquentation d'un incubateur sont « l'expérience de coach » et le « soutien matériel ».

L'analyse des questions 30 (Dans l'incubateur, mon entreprise a reçu un coaching indispensable à sa création), 31 (Les prestations que l'incubateur a offertes à mon entreprise, lui ont permis de pérenniser ses activités à long terme) et 32 (Si mon entreprise n'avait pas intégré un incubateur, elle n'aurait probablement jamais vu le jour) permet d'évaluer l'utilité et l'efficacité des prestations dispensées par les incubateurs (Annexe M). Etant donné le faible nombre d'entreprises ayant fréquenté un incubateur, il est difficile de tirer des conclusions représentatives. Toutefois, les tendances suivantes ont été relevées. Le coaching dispensé aux entreprises dans les incubateurs ne paraît pas indispensable à la création d'une entreprise. En effet, 60% des répondants ne sont pas d'accord avec cette affirmation et 30% ne l'est même pas du tout. Les incubateurs semblent plutôt miser sur des retombées à long terme car 60% des entreprises qui ont fréquenté un incubateur pensent que celui-ci leur a permis de pérenniser leurs activités à long terme. Par contre, seul 20% des répondants auraient probablement abandonné son projet sans l'assistance d'un incubateur. Il s'agit donc d'un moyen efficace pour faire éclore des entreprises, mais il ne s'agit nullement là d'une panacée.

6.3.2.3. Transférer le progrès technologique

Le défi de la promotion économique consiste à prendre en compte les conséquences de certaines formes de croissance économique afin de garantir un bien-être durable. Il s'agit de développer un modèle économique privilégiant l'implantation et le développement d'entreprises à forte valeur ajoutée qui peuvent s'insérer sans heurt dans l'environnement. Dès lors, l'objectif est que cette croissance des emplois à forte valeur ajoutée couvre l'érosion de l'emploi dans les secteurs à faible performance d'innovation. Pour ce faire, la promotion économique endogène mise sur le transfert du progrès technologique, c'est pourquoi elle est active dans le soutien à la recherche et au développement.

Afin d'évaluer le niveau de concurrence auquel les entreprises sont confrontées, ainsi que les besoins en matière d'innovation et de recherche et développement des entreprises, les questions 21 (La concurrence sur le marché sur lequel mon

entreprise est active), 22 (Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover...), 24 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat...), 25 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes Ecoles ou des Universités) et 26 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités) ont été analysées (Annexe Q).

80% des entreprises qui ont répondu considèrent qu'elles travaillent sur un marché où la concurrence est plutôt féroce, 24,6% considèrent même que cette concurrence est très féroce. Plus des $\frac{3}{4}$ des entreprises qui ont répondu affirment que pour être compétitives sur leur marché elles doivent continuellement innover. Ce pourcentage est même de 84% en ce qui concerne les entreprises technologiques. Les résultats sont plus mitigés concernant la nécessité d'un soutien de l'Etat pour effectuer des activités de recherche et de développement. Un peu plus de la moitié des entreprises interrogées pensent qu'il n'est pas nécessaire de bénéficier d'un soutien étatique pour effectuer des activités de recherche et de développement. Toutefois, si l'on affine ces résultats on s'aperçoit que 68% des entreprises technologiques qui ont répondu à cette question pensent que le soutien de l'Etat est nécessaire, tandis que seuls 36,4% des entreprises classiques et 36% des entreprises de services pensent qu'il est nécessaire.

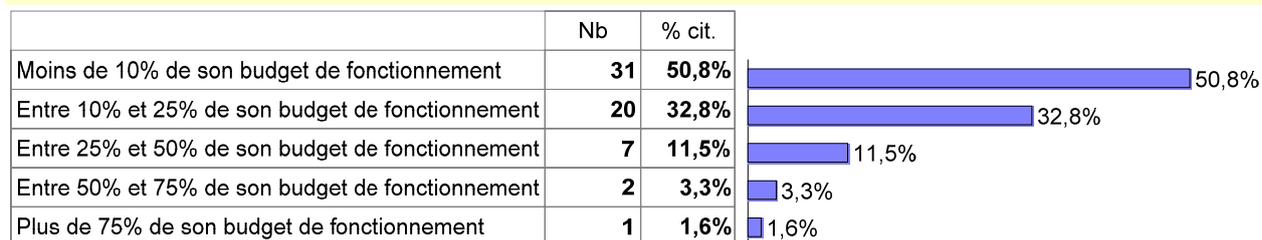
Les bénéfices d'une collaboration avec les Hautes Ecoles et les Universités pour mener des activités de recherche et de développement paraissent importants pour les entreprises questionnées. 59.1% y voient un intérêt. Cette tendance s'accroît même en ce qui concerne les entreprises technologiques. En effet, 76% d'entre elles pensent qu'il est important de collaborer avec des Hautes Ecoles ou des universités pour mener des activités de recherche et de développement et seul 4% des répondants de cette catégorie jugent que cela n'est pas important du tout.

Le bienfait de la collaboration avec d'autres entreprises du même secteur pour effectuer des activités de recherche et de développement est beaucoup plus mitigé. Seul 45.9% des répondants pense que la collaboration avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permet de mener des activités de recherche et de développement en commun. Cette proportion est un peu meilleure en ce qui concerne les entreprises technologiques. Parmi elles, 48% y voient un intérêt.

Toutefois, pour la plupart des entreprises, les dépenses en recherches et en développement ne constituent pas une charge importante dans leur budget. En effet,

en se référant aux résultats obtenus à la question 23 (Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit investir dans la recherche et le développement)

Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit investir dans la recherche et le développement :



Il ressort que 50,8% des répondants investissent moins de 10% de leur budget dans la recherche et le développement.

En appliquant la **strate** préalablement définie (*Annexe N*):

- **entreprises technologiques**

on s'aperçoit que 64% des entreprises technologiques dépensent plus de 10% de leur budget pour la recherche et le développement. Dès lors, on peut comprendre qu'elles essaient de collaborer avec des instituts de recherche ou d'autres entreprises du même secteur qu'elles afin de diminuer leurs coûts.

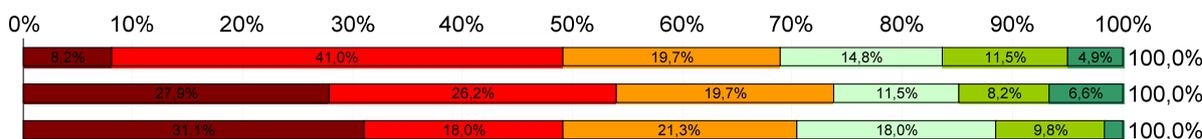
On peut se demander si plus les entreprises ont de dépenses importantes pour la recherche et le développement et plus elles sont amenées à collaborer régulièrement avec d'autres entreprises du même secteur afin de diminuer leurs coûts. Pour répondre à cette question les question 23 (Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit investir dans la recherche et le développement) et 34 (Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle) ont été croisées. La relation n'est pas significative, il n'y a donc aucune relation entre ces 2 variables. Bien que les entreprises qui dépensent entre 50% et 75% de leur budget pour la recherche et le développement avouent à 50% collaborer souvent avec d'autres entreprises du même secteur qu'elles, la tendance n'est pas marquée. Dès lors, on ne peut pas affirmer qu'il y a un lien entre ces 2 facteurs.

La collaboration avec d'autres entreprises du même secteur devrait permettre aux entreprises de diminuer leurs coûts. Pour évaluer ce point, un tableau sur la base des questions 34 (Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle) et 35 (Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun) et 36 (Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts) a été réalisé (Annexe O).

Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle.
Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun.
Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle.	5	25	12	9	7	3
Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun.	17	16	12	7	5	4
Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts.	19	11	13	11	6	1

p = 7,0% ; chi2 = 17,22 ; ddl = 10 (PS)



Les résultats obtenus sont peu significatifs. Toutefois, une tendance se dégage de ce tableau. Seul 31,2% des entreprises qui ont répondu à ce questionnaire affirment collaborer beaucoup avec des entreprises du même secteur qu'elles. 73,8% pensent que ces échanges ne leur permettent pas de mener des activités de recherche et de développement en commun. 70,4% pensent que ces synergies ne leur permettent

pas de diminuer leurs coûts et même 31,1% des répondants ne sont pas du tout d'accord avec cette affirmation. Seule 1 entreprise a répondu que cela lui permettait « Tout à fait » de diminuer ses coûts.

Les clusters sont des réseaux denses d'institutions de formation, de recherche et d'entreprises qui concentrent des savoirs-clés, des ressources et des compétences hautement qualifiées. Ils créent ainsi des pôles de recherche qui favorisent une dynamique à l'intérieur de ces réseaux. Ces réseaux sont mis en place pour améliorer les relations entre les membres. Dès lors, les résultats devraient être plus satisfaisants au niveau des membres de clusters. 10 entreprises membres de clusters ont répondu à ce questionnaire.

Si l'on analyse ce même tableau en se concentrant sur la [strate EntrepriseCluster](#), les résultats sont effectivement plus favorables :

- [EntrepriseCluster](#) : basée sur la question 37 (Mon entreprise est membre de l'un des clusters suivant)
 - BioAlps
 - Alp ICT
 - Micronarc
 - CleanTech Alps

70% des entreprises membres d'un cluster avouent collaborer plus ou moins fréquemment avec d'autres entreprises du même secteur qu'elles et 10% sont même catégoriques à ce sujet. 50% pensent que ces échanges leur permettent d'effectuer des activités de recherche et de développement en commun et 60% affirment que ces synergies leur permettent plus ou moins de diminuer leurs coûts.

Les autres bénéfices apportés par les clusters sont l'accroissement du nombre de partenaires et un climat propice à l'émergence d'idées nouvelles. Dès lors, en analysant les résultats obtenus à la question 38 (Grâce à son appartenance à un cluster, mon entreprise trouve de nouveaux partenaires) et 39 (Le cluster favorise l'émergence d'idées nouvelles et est propice à l'innovation) on obtient les résultats suivants (Annexe P).

La majorité des répondants pense que les clusters sont propices à l'émergence de nouveaux partenariats, mais aucun n'est catégorique à ce sujet. L'amélioration de la capacité d'innovation est également ressortie, mais le résultat est plus mitigé. 80% s'estime plutôt d'accord avec cette affirmation, et 10% des répondants sont même catégorique à ce sujet.

Les consortiums de recherche sont des réseaux proactifs permettant d'initier de nouvelles rencontres, de soutenir une dynamique de collaboration entre la recherche et le tissu économique, favorisant la croissance et la création d'emplois. Leur rôle est de mettre en réseau les ressources académiques, celles des entreprises et des institutions du monde de l'économie, et de soutenir les établissements qui ne disposent pas de structure développée de transfert de technologies. Il semblerait donc que les échanges entre les entreprises et les Hautes Ecoles/Universités soient très importants pour améliorer capacité concurrentielle des entreprises. Pour vérifier cette affirmation, un tableau sur les questions 40 (Mon entreprise collabore beaucoup avec des Hautes-Ecoles ou des Universités de sa région), 41 (Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités favorisent l'émergence d'idées nouvelles) et 42 (Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités permettent à mon entreprise de mener des activités de recherche et de développement) est effectué :

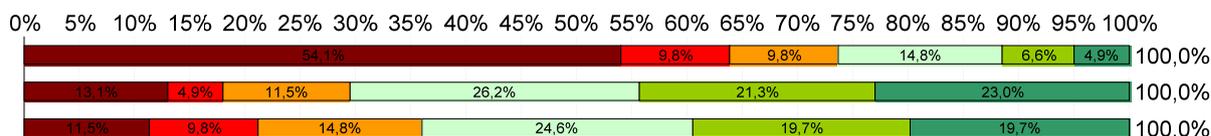
Mon entreprise collabore beaucoup avec des Hautes-Ecoles ou des Universités de sa région.

Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités favorisent l'émergence d'idées nouvelles.

Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités permettent de mener des activités de recherche et de développement.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
PMEHESUNI	33	6	6	9	4	3
HESUNIdées	8	3	7	16	13	14
HESUNIRD	7	6	9	15	12	12

$p = <0,1\%$; $\chi^2 = 43,25$; $ddl = 10$ (TS)



73,7% des répondants collaborent peu avec les Hautes-Ecoles ou les Universités. Cette proportion diminue à 52% en ce qui concerne les entreprises technologiques et même à 50% pour les membres de cluster. L'organisation en réseaux des clusters est donc favorable aux échanges entre les écoles et les entreprises. 70,5% des entreprises qui ont répondu pensent que ces échanges permettent l'émergence d'idées nouvelles, ce chiffre augmente même à 84% pour les entreprises technologiques et à 100% pour les membres de clusters. La dynamique produite par les clusters sur la capacité d'innovation de ses membres paraît donc être prouvée. 64% des répondants affirment que ces échanges permettent aux entreprises de mener des activités de recherche et de développement. 80% des entreprises technologiques et des membres de clusters sont du même avis. Cela vient probablement du fait que 64% des entreprises technologiques et 60% des entreprises membres de clusters dépensent plus de 10% de leur budget pour la

recherche et le développement, tandis que 81,8% des entreprises classiques dépensent moins de 10% de leur budget pour ces activités.

6.3.2.4. *Soutenir les régions défavorisées pour les aider à maîtriser le changement structurel*

Les objectifs de la Nouvelle Politique Régionale (NPR) sont de promouvoir la pensée et les actions entrepreneuriales, de renforcer la capacité d'innovation et la compétitivité des régions économiquement faibles et donc d'augmenter la production de valeur ajoutée. La NPR est orientée vers de nouveaux défis économiques et met l'accent sur la dynamisation économique des régions par des projets innovateurs.

Les régions romandes concernées par la NPR sont :

- Le canton de Fribourg
- Le canton du Jura
- Le canton de Neuchâtel
- Le canton de Vaud (hors agglomération lausannoise)
- Le canton du Valais

L'objectif de la NPR est de générer de la valeur ajoutée et de maintenir ou de créer des emplois dans les régions structurellement défavorisées. Pour générer de la valeur ajoutée, il est important de développer la capacité d'innovation des entreprises. Dès lors, il serait intéressant de connaître le ressenti des PME de ces régions en matière d'innovation. Pour répondre à cette question une analyse des variables 21 (La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active), 22 (Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover...), 24 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat...), 25 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes Ecoles ou des Universités) et 26 (Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités) a été réalisée, puis une **strate NPRdéfavorisé** est appliquée sur ces questions :

- **NPRdéfavorisé** : basée sur la question 45 (Mon entreprise est située dans le canton suivant) :
 - FR
 - JU
 - NE
 - VD (hors agglomération lausannoise)
 - VS

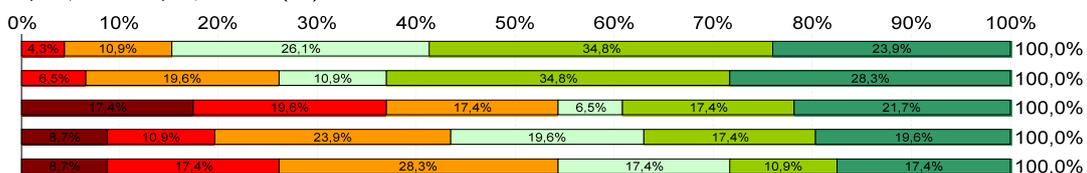
Dès lors, les résultats suivants sont ressortis de cette analyse :

NPRdésfavorisé

La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.
 Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover (création de nouveaux produits, amélioration des processus de production,...)
 Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat (ou de l'un de ses partenaires).
 Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes-Ecoles ou des Universités.
 Pour effectuer des activités de recherche et développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.	0	2	5	12	16	11
Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover (création de nouveaux produits, amélioration des processus de production,...)	0	3	9	5	16	13
Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat (ou de l'un de ses partenaires).	8	9	8	3	8	10
Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes-Ecoles ou des Universités.	4	5	11	9	8	9
Pour effectuer des activités de recherche et développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités.	4	8	13	8	5	8

p = 0,2% ; chi2 = 42,72 ; ddl = 20 (TS)



Les résultats sont très significatifs. Les tendances suivantes se dessinent. 73,9% des PME de ces régions qui ont répondu affirment qu'elles doivent constamment innover pour rester compétitive sur leur marché. Ce chiffre était de 77,1% pour la totalité des répondants. On peut donc penser que les entreprises de ces régions peuvent se permettre de proposer des produits un peu moins à la pointe de la technologie. 63% des PME des régions bénéficiaires de la NPR qui ont répondu pensent que le soutien de l'Etat n'est pas nécessaire pour mener des activités de recherche et de développement. Dans ces régions 56,5% pensent qu'il n'est pas nécessaire de collaborer avec des Hautes Ecoles ou des universités, tandis que cette proportion atteignait 59% parmi la totalité des répondants. Cela provient peut-être du fait que certains cantons comme le Jura ou le Valais n'ont pas d'universités. Dans ces mêmes régions 45,6% des entreprises pensent qu'il n'est pas nécessaire de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur pour mener des activités de recherche et de développement, tandis que 55,7% des entreprises parmi la totalité des répondants sont du même avis.

84,8% des répondants estiment que le marché sur lequel leur entreprise est active est féroce. Ce taux était de 82% pour la totalité des répondants, ce qui signifie que la concurrence paraît plus acharnée dans les régions structurellement défavorisées. Dès lors, il serait intéressant de savoir si la concurrence est plus exacerbée dans certains cantons bénéficiaires de la NPR. Pour répondre à cette interrogation les question 21 (La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce) et 45 (Mon entreprise est située dans le canton suivant) sont croisées (Annexe R).

La relation est non significative, il n'y a donc aucune relation entre ces 2 variables. Le niveau de concurrence paraît peu homogène dans les 6 cantons observés. La fourchette des proportions d'entreprises qui pensent être confrontées à peu de concurrence varie entre 33,4% pour l'agglomération lausannoise et 9,1% pour le Jura. Aucune entreprise n'a affirmé qu'aucune concurrence n'existe sur son marché. Dans le canton de Genève (non bénéficiaire de la NPR) 77,8% des entreprises affirment travailler sur un marché avec de la concurrence, ce chiffre diminue à 75% dans le canton de Fribourg (bénéficiaire de la NPR) tandis qu'il monte à 91% dans le canton du Jura (également bénéficiaire de la NPR).

6.3.3. Conditions cadre recherchées par les PME romandes

Les responsables de la promotion économique interrogés lors des entretiens qualitatifs considèrent qu'une bonne politique macro-économique garante d'une certaine stabilité économique est une priorité pour les PME. Tous ont relevé que le capital humain, la productivité et l'accès aux marchés étaient des conditions cadre primordiales pour les entreprises. La charge fiscale semblerait aussi être une priorité

pour les grandes entreprises. Tous ont relevé l'importance des effets d'agglomération pour les entreprises technologiques. Les responsables interrogés confient volontiers que les entreprises sont sensibles à une législation libérale et à l'attitude ouverte d'un gouvernement face à l'économie. Cela passe par exemple par la facilité d'octroi de permis de travail, la qualité du service public et le soutien de l'Etat dans les procédures administratives. Pour les interlocuteurs interrogés, la protection de la propriété intellectuelle semble plus importante pour les entreprises high-tech que pour les entreprises des arts et métiers, mais tous s'accordent à dire que cette garantie est bonne dans toute la Suisse. Pour ces mêmes dirigeants, la qualité et le coût de la vie revêtent une importance moindre pour les entrepreneurs.

Il serait donc intéressant de confronter leur avis avec celui des responsables des PME romandes. Pour répondre à cette question on se réfère aux résultats obtenus à la question 43 (J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes)

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

	Nb	Imp.	
Accès aux clients / proximité de la clientèle	35	2,46	57,4%
Qualité de vie	29	1,52	47,5%
Qualité des infrastructures	26	1,36	42,6%
Qualité de la main-d'oeuvre	23	1,03	37,7%
Moyens de communication modernes	20	0,93	32,8%
Accessibilité (aéroport, routes, train...)	18	0,89	29,5%
Coût du travail (salaires et charges sociales)	18	0,67	29,5%
Synergies avec d'autres entreprises établies dans ce lieu	16	0,93	26,2%
Beauté du paysage	16	0,80	26,2%
Coût de la vie	15	0,59	24,6%
Potentiel d'innovation	15	0,70	24,6%
Quantité de main-d'oeuvre disponible	13	0,56	21,3%
Politique libérale (peu d'interventionnisme de l'Etat)	10	0,44	16,4%
Fiscalité	9	0,54	14,8%

Si l'on regarde la totalité des résultats obtenus on s'aperçoit que le plus important pour les PME romandes est « l'accès aux clients ou la proximité de la clientèle ». En effet, 57,4% des répondants l'ont cité parmi les 5 facteurs les plus importants. L'accessibilité aux marchés avait également été relevée comme étant un facteur très important de la part des responsables de la promotion économique interrogés. La qualité de vie arrive en 2^{ème} position avec 47,5% des affirmations, tandis qu'elle était qualifiée de peu importante par les responsables interrogés. La qualité des infrastructures est également ressortie comme importante à 42,6% dans l'enquête quantitative alors que ce facteur n'avait pas été cité lors des entretiens qualitatifs.

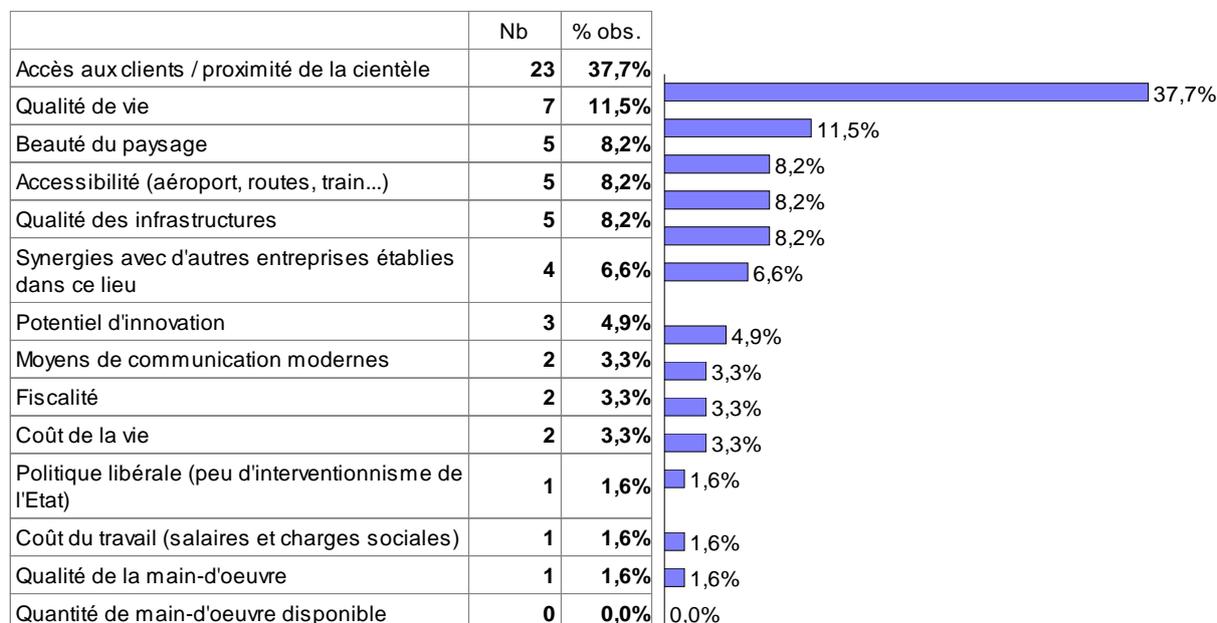
Si l'on affine les résultats et que l'on ne s'intéresse **qu'aux citations en 1^{ère} position** :

Citation en 1^{ère} position

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

Taux de réponse : **100,0%**

'Accès aux clients / proximité de la clientèle' (23 citations)



On s'aperçoit que 37,7% des répondants l'ont cité en 1^{ère} position, donc le considère comme le facteur le plus important. La qualité de vie a également été citée par près de la moitié des entreprises, mais par contre elle n'arrive que dans 11,5% des cas en 1^{ère} position. Cela signifie que son importance est moindre pour les PME romandes que l'accessibilité aux clients. L'importance des infrastructures paraît relative car bien qu'elle soit ressortie en 3^{ème} position des fréquences de citation, elle n'a été citée qu'à 8,2% en 1^{er} choix.

La fiscalité, quant à elle, avait été jugée comme plus importante pour les grandes entreprises que pour les start-up de la part des responsables interrogés lors de l'enquête qualitative. Ce facteur ressort en dernière position avec 14,8% de citations dans notre tableau de fréquences et dans 3,3% des cas en 1^{er} choix. Il serait donc intéressant de savoir s'il existe une différence pour les grandes entreprises (plus de 20 employés) ou pour les start-up. Pour répondre à cette question la **strate** suivante sera appliquée (*Annexes T1, T2*).

- **Grandes entreprises** : question 48 (Nombre d'employés de mon entreprise)
 - Entre 20 et 50
 - Entre 50 et 100
 - Plus de 100

Pour les grandes entreprises, la fiscalité semble revêtir une plus grande importance car elle a été citée à 33,3% des cas parmi les 5 facteurs les plus importants, alors qu'elle n'avait été citée dans 14,8% des cas pour l'ensemble des entreprises. Toutefois, ce facteur n'a jamais été cité en 1^{ère} position par les grandes entreprises.

A l'opposé, il serait intéressant de requérir l'avis des start-up car selon les mêmes responsables interrogés lors des entretiens qualitatifs, l'importance de ce facteur était quasi nulle pour ce groupe d'entreprises. Pour répondre à cette question la strate suivante sera appliquée (*Annexes U1, U2*)

- **Startup création** : question 51 (A sa création mon entreprise était une start-up)
 - oui

La fiscalité ressort effectivement en dernière position pour ce groupe d'entreprises. Cette observation a été citée dans 10,5% des choix parmi les 5 facteurs les plus importants pour ce groupe d'entreprises. Ce résultat est donc inférieur à la proportion observée sur les 61 entreprises. De plus, ce facteur n'a été cité qu'à 1 seule reprise en 1^{ère} position. Ce facteur est donc peu important dans le choix de localisation des start-up.

6.4. Constats et conclusions de d'enquête quantitative

Etant donné le faible taux de retour, les hypothèses ne peuvent être vérifiées, toutefois les tendances suivantes ressortent des analyses ci-dessus :

Objectif 1 et 2 : Favoriser la création d'entreprises et soutenir les entreprises existantes.

Les prestations proposées par les organismes de promotion économique endogène sont mal connues des PME, surtout des entreprises classiques et des entreprises de services. Il n'est pas avéré que cela provient d'une différence dans l'efficacité des méthodes de communication appliquées par les cantons interrogés. On remarque que les entreprises technologiques, non seulement connaissent mieux ces prestations, mais font plus facilement appel au soutien des organismes de promotion économique. Il semblerait que les soutiens sollicités soient fréquemment accordés. Il ressort également qu'en phase de création ou de démarrage d'une entreprise les aides sont dispensées tant sous forme d'informations, de coaching que d'aides financières. Par contre les aides financières accordées semblent plus importantes lors d'une restructuration ou d'un repositionnement des activités des entreprises. Les entreprises classiques bénéficient principalement d'un soutien dans leurs démarches en phase de création. Aucune aide financière, ni aucun coaching ne leur est, en principe, accordé durant cette phase. La plupart des entreprises avouent que l'aide qu'elles ont obtenue a eu un effet déclencheur sur leur projet, surtout en phase de

repositionnement des activités. Le coaching semble avoir un effet déclencheur manifeste sur les projets, beaucoup plus que l'information ou que les aides financières.

Objectif 3 : Encourager l'innovation

Le coaching dispensé aux entreprises dans les incubateurs ne paraît pas indispensable à leur lancement. Les incubateurs semblent plutôt miser sur les retombées à long terme en permettant aux entreprises de pérenniser leurs activités. Les entreprises qui ont fréquenté un incubateur y ont principalement trouvé l'expérience de coachs, ainsi qu'un soutien matériel. Les incubateurs semblent être un moyen efficace de lancer une entreprise innovante, mais ne constituent nullement la panacée.

Objectif 4 : Transférer le progrès technologique

La plupart des entreprises interrogées avouent être actives sur un marché où la concurrence est féroce, surtout pour les entreprises technologiques. La plupart dépensent moins de 10% de leur budget pour des activités de recherche et de développement, toutefois parmi les entreprises technologiques, 64% dépensent plus de 10% de leur budget dans la recherche et le développement. La plupart des entreprises technologiques pensent qu'il est nécessaire de bénéficier du soutien de l'Etat pour effectuer des activités de recherche et de développement et 76% de ces mêmes entreprises pensent qu'il est important de collaborer avec les Hautes Ecoles ou les Universités pour transférer le progrès technologique. Les entreprises questionnées avouent ne pas beaucoup collaborer avec des entreprises du même secteur qu'elles. Pour elles, ces synergies ne leur permettent pas de réaliser plus facilement des activités de recherche et de développement, ni de diminuer leurs coûts.

Les clusters sont des réseaux d'acteurs dans un domaine spécifique, dès lors la collaboration dans ces milieux devrait être mieux organisée. En effet, 70% des entreprises membres de clusters avouent collaborer régulièrement avec des entreprises du même secteur qu'elles et 60% pensent que cela leur permet de mener des activités de recherche et de développement en commun. Tous les membres de clusters qui ont répondu à ce questionnaire y voient l'opportunité d'améliorer leur réseau de partenaires et leur capacité d'innovation. Le cluster semble donc être un excellent moyen de favoriser le transfert du progrès technologique.

Objectif 5 : Soutenir les régions défavorisées pour les aider à maîtriser le changement structurel

La concurrence semble plus féroce sur les marchés des régions économiquement faibles. Toutefois, les entreprises de ces régions paraissent moins tenues d'innover constamment que celles des régions dites favorisées. Etant donné qu'elles ont moins besoin d'effectuer d'activités de recherche et de développement, elles considèrent que les relations avec d'autres entreprises du même secteur, ainsi qu'avec les Hautes Ecoles et les universités est peu important.



7. MODELE D'ANALYSE D'IMPACT DES POLITIQUES DE PROMOTION ECONOMIQUE ENDOGENE

Objectifs

Indicateurs

Objectif général	<ul style="list-style-type: none"> - la croissance du PIB réel - le nombre de nouvelles entreprises endogènes créées - le nombre d'emplois créés dans les entreprises endogènes - le nombre d'emplois hautement qualifiés créés dans les entreprises endogènes
Croissance économique durable	
Sous objectifs	
Diversifier et renforcer le tissu économique	
Améliorer la productivité, la compétitivité et la capacité concurrentielle des entreprises	

Objectifs rapprochés

Objectifs	Catégorie d'instruments	Sous-catégorie d'instrument	Instruments	Indicateurs	Conditions cadre influentes
Favoriser la création d'entreprises	Assistance personnalisée		Site Internet « Portail PME »	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de visites du site - nombre de nouvelles entreprises endogènes inscrites en ligne au RC 	<ul style="list-style-type: none"> Facteurs géographiques Tissu économique
			« Guichet entreprises »	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de réponses données menant à la création d'entreprise endogènes - nombre d'emplois créés dans les nouvelles entreprises endogènes 	<ul style="list-style-type: none"> Capital humain Productivité Législation libérale
		Aides financières	pour la création d'entreprises	Cautionnement du crédit bancaire	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de nouvelles entreprises endogènes cautionnées - nombre d'emplois créés dans les nouvelles entreprises endogènes cautionnées - montants des cautionnements accordés
	Capital-risque			<ul style="list-style-type: none"> - nombre de nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide sous forme de capital - nombre d'emplois dans les nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide sous forme de capital - montant de capital-risque accordé aux nouvelles entreprises endogènes 	<ul style="list-style-type: none"> Effets d'agglomération

Favoriser la création d'entreprises

Aides financières

pour la création d'entreprises

Aides à l'engagement de personnel hautement qualifié

Seed money

- nombre de nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide sous forme de fonds d'amorçage
- nombre d'emplois dans les nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide sous forme de fonds d'amorçage
- montant du fonds d'amorçage accordé aux nouvelles entreprises endogènes

Business Angels

- nombre de nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide de la part de business Angels
- nombre d'emplois dans les nouvelles entreprises endogènes qui ont reçu une aide de la part de business Angels
- montant du fonds d'aides accordées par des business Angels

Exonération fiscale temporaire

- nombre de nouvelles entreprises endogènes qui ont obtenu des exonérations fiscales
- nombre d'emplois créés dans des nouvelles entreprises endogènes qui ont obtenu une exonération fiscale
- montant des exonérations fiscales

Formation des employés des domaines techniques et scientifiques

- nombre de formations d'employés de nouvelles entreprises endogènes subventionnées
- montant des subventions accordées

Prime pour la création d'emplois hautement qualifiés

- nombre de primes accordées pour de nouveaux emplois hautement qualifiés dans des nouvelles entreprises endogènes
- montant des primes accordées

Favoriser la création d'entreprises	Soutien (coaching)	aux jeunes entrepreneurs	Programme CTI Entrepreneurship / Venturlab	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de formations dispensées par Venturlab - nombre de projets écoles-économie tels que « apprendre à entreprendre » ou « business experience » soutenus par CTI Entrepreneurship - nombre de projets issus des programmes écoles-économie qui ont débouché sur la création de start-up 	
			Programme CTI start-up	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers soutenus par CTI Start-up - nombre d'emplois dans les entreprises soutenues par CTI Start-up - nombre de start-up accompagnées par CTI start-up qui sont toujours en activité après 3 ans. 	
			Genilem	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers soutenus par Genilem - nombre d'emplois dans les entreprises soutenues par Genilem - nombre de start-up accompagnées par Genilem qui sont toujours en activité après 3 ans. 	

Soutenir les entreprises existantes	Assistance personnalisée		« Analyse d'impact de la réglementation »	- évolution du montant des charges des PME endogènes pour le personnel administratif	Tissu économique Capital humain Productivité Infrastructures Charge fiscale Qualité de vie Coût de la vie Accès aux marchés
			« test de compatibilité PME »	- évolution du montant des charges des PME endogènes pour le personnel administratif	
			« Forum PME »	- évolution du montant des charges des PME endogènes pour le personnel administratif	
			« Guichet PME »	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises établies qui ont reçu un conseil général - nombre d'expertises technologiques pour des entreprises établies - nombre d'expertises financières pour des entreprises établies 	
	Aides financières	pour le développement d'entreprises	Cautionnement du crédit bancaire	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises endogènes établies cautionnées par la ccoopérative romande de cautionnement - nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies cautionnées par la ccoopérative romande de cautionnement - montants des cautionnements accordés aux entreprises endogènes établies cautionnées par la ccoopérative romande de cautionnement 	

Soutenir les entreprises existantes

Aides financières

pour le développement d'entreprises

Pour la formation des employés

Subvention pour la réalisation d'une étude ou d'un mandat

Cofinancement du conseil

Prise en charge partielle de l'intérêt bancaire

Fonds d'investissement

Subvention pour la formation des employés dans des domaines techniques ou scientifiques

- nombre d'études ou de mandats subventionnés dans des entreprises endogènes établies
- nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies qui ont été subventionnées
- montant des subventions accordées aux entreprises endogènes établies

- nombre d'entreprises endogènes établies qui ont reçu un cofinancement du conseil
- nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies qui ont reçu un cofinancement du conseil
- montant des cofinancements du conseil accordés

- nombre d'entreprises endogènes établies qui ont bénéficié d'une prise en charge partielle de l'intérêt bancaire
- nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies qui ont bénéficié d'une prise en charge partielle de l'intérêt bancaire
- montant de la prise en charge de l'intérêt bancaire

- nombre d'entreprises endogènes établies ayant bénéficié du fonds d'investissement
- nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies qui ont bénéficié du fonds
- montants accordés sur le fonds d'investissement

- nombre de formations d'employés d'entreprises endogènes établies subventionnées
- montant des subventions pour la formation des employés dans des domaines techniques ou scientifiques

Encourager l'innovation	Aides financières	pour développer un produit novateur	Subvention pour la réalisation d'une étude ou d'un mandat	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'études ou de mandats subventionnés dans des entreprises endogènes ayant débouché sur un produit ou un processus innovant - nombre d'emplois dans les entreprises endogènes qui ont été subventionnées - montant des subventions accordées aux entreprises endogènes établies 	<ul style="list-style-type: none"> Tissu économique Capital humain Législation libérale Protection de la propriété intellectuelle Capacité d'innovation Accès aux marchés Effets d'agglomération
			Cautionnement de crédit bancaire	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises endogènes cautionnées par le cautionnement des arts et métiers, Capital-risque, CTI Invest, Genilem ou la Société suisse de crédit hôtelier,... qui ont pu réaliser un produit ou un processus innovant - nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies cautionnées par le cautionnement des arts et métiers, Capital-risque, CTI Invest, Genilem ou la Société suisse de crédit hôtelier,... - montants des cautionnements accordés aux entreprises endogènes établies par le cautionnement des arts et métiers, Capital-risque, CTI Invest, Genilem ou la Société 	

Encourager l'innovation	Aides financières	pour développer un produit novateur	Prise en charge partielle de l'intérêt bancaire	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises endogènes établies qui ont bénéficié d'une prise en charge partielle de l'intérêt bancaire qui leur a permis de réaliser un produit ou un processus innovant - nombre d'emplois dans les entreprises endogènes établies qui ont bénéficié d'une prise en charge partielle de l'intérêt bancaire - montant de la prise en charge de l'intérêt bancaire
			CTI Invest	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers mis en relation avec des investisseurs par CTI Invest - nombre d'emplois dans les entreprises aidées par CTI Invest - montant des aides accordées aux entreprises par les investisseurs mis en relation par CTI Invest
			CTI start-up	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers soutenus par CTI Start-up - nombre d'emplois dans les entreprises soutenues par CTI Start-up - nombre de start-up accompagnées par CTI start-up qui sont toujours en activité après 3 ans.
	Soutien (coaching)	à la création de start-up innovantes à fort potentiel de croissance	Incubateurs	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises hébergées dans les incubateurs PSE, Fongit, Eclosion, NEODE, Fri-Up, The Ark, Creapole - nombre de start-up issues des incubateurs PSE, Fongit, Eclosion, NEODE, Fri-Up, The Ark, Creapole actives après 3 ans. - nombre d'emplois dans les entreprises issues des incubateurs PSE, Fongit, Eclosion, NEODE, Fri-Up, The Ark, Creapole

Encourager l'innovation	Soutien (coaching)	à l'innovation d'affaires	Platinn	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'interviews d'innovation d'affaires réalisées par Platinn ou par ses antennes cantonales Fri Up, OPI, Creapole, GINNOV, CimArk ou AIT qui ont débouché sur un projet innovant. - nombre d'emplois dans les entreprises qui ont bénéficié d'un soutien de la part de Platinn ou de ses antennes cantonales Fri Up, OPI, Creapole, GINNOV, CimArk ou AIT 	
	Programmes de promotion de l'esprit entrepreneurial		CTI Entrepreneurship / Venturlab	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de formations dispensées par Venturlab - nombre de dossiers soutenus par les programmes écoles-économie tels que « apprendre à entreprendre » ou « business experience » - nombre de projets issus des programmes écoles-économie qui ont débouché sur la création de start-up 	

Encourager le transfert du progrès technologique	Aides financières	A la recherche et au développement	Conseil des Ecoles Polytechniques	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers subventionnés par le Conseil des Ecoles Polytechniques - nombre d'emploi dans les entreprises subventionnées par le Conseil des Ecoles Polytechniques - montant des subventions accordées par le Conseil des Ecoles Polytechniques 	<ul style="list-style-type: none"> Tissu économique Capital humain Protection de la propriété intellectuelle Capacité d'innovation Accès aux marchés Effets d'agglomération
			Fonds National Suisse pour la recherche	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers subventionnés par le Fonds National Suisse pour la recherche - nombre d'emploi dans les entreprises subventionnées par le Fonds National Suisse pour la recherche - montant des subventions accordées par le Fonds National Suisse pour la recherche 	
			Fonds européen pour la recherche	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers subventionnés par le fonds européen pour la recherche - nombre d'emploi dans les entreprises subventionnées par le Fonds européen pour la recherche - montant des subventions accordées par le Fonds européen pour la recherche 	
			CTI	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de chercheurs dont les salaires ont été payés par la CTI - montants des salaires des chercheurs payés par la CTI - nombre de « chèques innovation Clean Tech » accordés par la CTI - nombre d'emplois dans les entreprises qui ont reçu un « chèque innovation Clean Tech » de la CTI 	

Encourager le transfert du progrès technologique	Assistance personnalisée	Pour inciter les entreprises à s'adresser aux hautes écoles	SECO	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises ayant des besoins de R&D aiguillées par le SECO vers des Hautes écoles - nombre de relations entre les entreprises et les instituts de recherche engendrés par le SECO qui ont aboutis sur une offre commerciale.
	Réseautage	Consortiums de recherche et de développement	Alliance	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises ayant des besoins de R&D prises en charge par Alliance - nombre de partenariats engendrés par Alliance qui ont aboutis sur une offre commerciale.

<p style="text-align: center;">Encourager le transfert du progrès technologique</p>	<p style="text-align: center;">Réseautage</p>	<p style="text-align: center;">Technopôles ou parcs technologiques</p>	<p>PSE (VD), Y-Parc (VD), Biopôle (VD), Aéropôle (VD), TECORBE (VD), Technopôle de la microsoudure (VD), Swissmedia Centers (VD), BioArk (VS), BlueArk (VS), PhytoArk (VS), TechnoArk (VS), TeleArk (VS), NEODE (NE)</p>	<p>- nombre d'entreprises hébergées dans les technopôles - nombre d'emplois dans les entreprises situées dans les technopôles</p>	
--	--	--	--	---	--

Encourager le transfert du savoir-faire commercial	Plateformes de promotion	Plateformes de promotion sectorielles (clusters)	BioAlps	- nombre de stands et présence d'entreprises lors d'évènements professionnels en Suisse et à l'étranger	Tissu économique Capital humain Capacité d'innovation Accès aux marchés Effets d'agglomération
			Micronarc	- nombre de stands et présence d'entreprises lors d'évènements professionnels en Suisse et à l'étranger	
			AlpICT	- nombre de stands et présence d'entreprises lors d'évènements professionnels en Suisse et à l'étranger	
			Clean Tech Alps	- nombre de stands et présence d'entreprises lors d'évènements professionnels en Suisse et à l'étranger	
		Plateformes export	SwissClean Tech	- chiffres d'affaires à l'exportation des entreprises membres de SwissClean Tech - nombre de contacts effectués grâce à la plateforme	
			Swiss-Medtech	- chiffres d'affaires à l'exportation des entreprises membres de Swiss-Medtech - nombre de contacts effectués grâce à la plateforme	
			Swiss Health	- chiffres d'affaires à l'exportation des entreprises membres de Swiss Health - nombre de contacts effectués grâce à la plateforme	
			Ingenious Switzerland	- chiffres d'affaires à l'exportation des entreprises membres d'Ingenious Switzerland - nombre de contacts effectués grâce à la plateforme	
	Aides financières	à la promotion	subvention pour la participation à une exposition ou à une convention d'affaires	- nombre d'entreprises endogènes subventionnées pour la commercialisation de leurs produits. - nombre d'emplois dans les entreprises endogènes subventionnées pour la commercialisation de leurs produits - montant des subventions pour la commercialisation des produits.	

Soutenir les régions structurellement défavorisées

Aides financières	pour les entreprises qui servent l'intérêt régional	Allègements fiscaux	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'entreprises ayant bénéficiés d'allègements fiscaux dans le cadre de l'arrêté Bonny - nombre d'emplois dans les entreprises ayant bénéficié d'allègements fiscaux dans le cadre de l'arrêté Bonny 	Facteurs géographiques
		Contributions à fonds perdu	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers de crédits sans intérêts NPR traités. - nombre d'entreprises ayant reçu des contributions à fonds perdu NPR. - montant des contributions à fonds perdu NPR accordés 	Tissu économique
		Prêts à taux d'intérêt réduits ou sans intérêts	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers de prêts à taux d'intérêt réduits NPR traités - nombre d'entreprises ayant reçu des prêts à taux d'intérêt réduits NPR - montant des prêts à taux d'intérêt réduits NPR accordés 	Capital humain
		Cautonnement	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de dossiers de cautions NPR traités - nombre d'entreprises ayant reçu un cautionnement dans le cadre de la NPR - montant des cautionnements NPR accordés 	Productivité
		Subventions d'Innotour	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de subventions Innotour traitées - nombre d'entreprises ayant reçu une subvention d'Innotour - montant des subventions d'Innotour accordées 	Infrastructures
	Pour maintenir un habitat décentralisé	Prêts sans intérêts	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de nouvelles personnes installées dans les régions défavorisées bénéficiaires de la NPR - nombre de nouveaux emplois créés dans les régions défavorisées bénéficiaires de la NPR 	Charge fiscale
	Réseautage	Pour la contribution à la recherche	Réseau de recherche Développement régional	<ul style="list-style-type: none"> - nombre de visites lors des « marchés de la recherche » organisés par RegioSuisse
				Coût de la vie
				Accès aux marchés
				Effets d'agglomération

8. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

La mondialisation engendre une spécialisation des territoires en fonction des avantages comparatifs régionaux. Certes, les mutations entraînées sont profitables à l'économie dans son ensemble, mais font aussi des perdants. L'Etat doit soutenir les mutations structurelles, territoriales et sectorielles en trouvant des solutions aux problèmes liés à l'inégale répartition des hommes et des activités dans l'espace. Il doit viser un développement équilibré de son territoire. Les régions urbaines constituent les moteurs de la prospérité économique. Elles concentrent les centres de décisions politiques, les forces d'innovation, une masse critique de « créateurs », ainsi que la majorité des pôles de compétences qui jouent un rôle important en tant que pôle d'attraction de la recherche. Ces éléments permettent d'accroître la productivité et de renforcer la compétitivité.

Pour une entreprise, la compétitivité est la capacité de vendre durablement et avec profit ce qu'elle produit. Afin d'y parvenir elle doit être en permanence bien informée, par une bonne connaissance du marché, des concurrents et des clients. La Suisse a adopté dans ce domaine une politique libérale. Elle considère que c'est aux acteurs eux-mêmes d'œuvrer pour assurer une bonne évolution du territoire. La Confédération Suisse définit le cadre de la politique de promotion économique endogène et œuvre pour mettre en place des conditions cadres adéquates et un environnement induisant le développement de l'activité des entreprises afin d'atteindre une croissance économique durable.

Etant donné que les forces de son économie sont la flexibilité et la capacité d'innovation, la Suisse se spécialise de plus en plus vers des secteurs à haute valeur ajoutée. Dès lors, il n'est pas surprenant que les efforts des entreprises dans la recherche et le développement se poursuivent. Toutefois l'intensité de ces efforts ne se répartit de façon homogène sur le territoire. Ils se sont accentués dans les branches de la pharmacie et des NTIC, tandis qu'ils ont reculé dans le domaine des machines. Ces branches requièrent du personnel hautement qualifié, mais La Suisse a su prendre le virage du changement structurel en améliorant nettement le niveau de formation de sa population. Les dépenses effectuées pour la recherche et le développement se concentrent principalement dans les régions Nordwestschweiz, la région lémanique, ainsi que l'espace Mittelland qui regroupent toutes les grandes villes de Suisse, laissant derrière elles les régions rurales alors que près de 2/3 de la population Suisse vit hors des 5 plus grandes agglomérations du pays.

Chaque canton développe sa propre stratégie en respectant le cadre mis en place par la Confédération. Une promotion économique organisée, qui a un rôle de « facilitateur » doit contribuer aux besoins des entrepreneurs. Pour atteindre leurs

objectifs, les services cantonaux de promotion économique s'appuient sur des organismes privés généralement soutenus par l'Etat. Les services cantonaux et fédéraux de promotion économique coordonnent toutes ces prestations et aiguillent les bénéficiaires au sein de cette structure formée de partenaires nombreux et disparates. Bien que compliqué et peu transparent, ce système favorise toutefois l'esprit entrepreneurial en accordant beaucoup de libertés aux entrepreneurs.

Toutefois, il ressort de divers documents qu'il faudrait pouvoir mieux identifier la gouvernance territoriale entre la Confédération, les cantons, les régions et les partenaires privés, mais aussi en relation avec les autres politiques fédérales comme celles des agglomérations et les politiques cantonales (Regio Suisse, 2009). Certains acteurs souhaiteraient mieux coordonner les stratégies économiques en vue de concentrer les moyens financiers pour mener une politique de développement économique et d'aménagement du territoire efficace. Bien qu'il existe des stratégies globales regroupant tous les acteurs dans certains domaines spécifiques comme les Clean Tech, il n'existe pas de système de veille stratégique globale en Suisse. Certains professionnels de la promotion économique pensent que l'Office fédéral de la statistique devrait mettre sur pied une plateforme qui offrirait en temps réel des tableaux de bord de la compétitivité régionale avec des cartes montrant la situation comparée pour les divers indicateurs.

Un concept très répandu notamment en France, va dans ce sens : « L'intelligence économique territoriale ». Cet outil permet de répondre à la nécessité d'information et de mise à jour permanente dont ont besoin les entreprises en faisant circuler entre les divers services des administrations, mais aussi entre ces derniers et leurs partenaires privés, une information sélective, fluide et organisée. L'enjeu d'une telle démarche est l'établissement d'un tableau de bord qui permette de coordonner différentes politiques économiques, de l'emploi, de la recherche, de la formation, de l'aménagement du territoire,... afin d'établir une vision stratégique commune à moyen et long terme. L'Etat doit construire sa propre stratégie et interagir avec les différents acteurs afin de permettre aux acteurs de construire leurs propres stratégies en leur donnant accès à l'information. Une meilleure communication interne permettrait probablement de structurer la stratégie de façon plus lisible (Cadiou, Sigogneau, 2002).

La mise en place d'un tableau de bord nécessite de s'interroger sur les caractéristiques des acteurs, des organisations et des institutions, leurs interactions, leurs dynamiques, leurs performances en liaison avec des objectifs, les impacts socio-économiques, scientifiques, technologiques, culturels ou environnementaux. Dès lors, il paraît important d'impliquer le plus en amont possible les divers acteurs dans la gouvernance afin de pouvoir mieux cibler la stratégie sur leurs attentes. De

plus, les missions des différents acteurs devraient être clairement définies par rapport aux objectifs fixés. Pour construire un tel tableau de bord, des indicateurs de la dynamique scientifique, technologique, économique, sociale et culturelle doivent être intégrés (Cadiou, Sigogneau, 2002 ; Lepage, 2009).

Toutefois, la mise en place d'une plateforme d'intelligence économique territoriale en Suisse se heurte à divers écueils. La diversité des acteurs et des organisations impliqués et l'enchevêtrement des niveaux d'administrations publiques compliquent sa réalisation. De plus, certains systèmes tels que les clusters, constitués d'acteurs liés entretenant des relations directes et indirectes, sont complexes à évaluer. Une autre difficulté réside dans la définition des objectifs communs, ainsi que dans l'établissement des priorités (Cadiou, Sigogneau, 2002 ; Lepage, 2009).

La diffusion d'avantages d'informations concernant les efforts consentis en matière de promotion économique endogène sur le terrain au niveau national et régional, grâce à un système coordonné favorisant la communication interne et externe permettrait probablement une meilleure implication des acteurs concernés. De plus, une bonne transparence améliorerait également la visibilité des atouts de l'économie Suisse, ce qui aurait probablement un effet positif sur le développement exogène en améliorant l'attractivité du territoire dans le but de cibler et d'attirer des entreprises externes conformes aux objectifs économiques définis. « Il ne s'agit plus seulement d'associer les constituants du local dans un projet territorial mais d'assurer à la gouvernance, une visibilité du futur fondée sur des processus d'anticipation. La participation est un ressort de la gouvernance, l'anticipation est son outil » (Herbaux, Bertacchini, 2005 ; Haddad, 2008).

Les régions gagnantes de demain seront celles qui auront su réconcilier le local et le global et coordonner leurs efforts en anticipant les menaces et en saisissant les opportunités de transformation d'idées ou d'inventions en produit commerciaux novateurs (Torrès, 1999; <http://www.communicationentreprise.com> ; <http://www.ie-news.com/>).

9. REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier très chaleureusement Madame Valérie Barbey pour son amabilité, sa disponibilité et ses précieux conseils.

Je remercie également les personnes suivantes :

- M. Raphaël CONZ, Responsable de l'unité de promotion économique du Canton de Vaud (SELT) à Lausanne
- M. Albert GASPOZ, Chef du centre de contact économique et membre de la direction du service de la promotion économique du Canton du Valais à Sion
- M. Reto JULMY, Directeur adjoint du service de la promotion économique du Canton de Fribourg à Fribourg
- M. Daniel LOEFFLER, Directeur du Service de la promotion économique au Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé du Canton de Genève (DARES) à Genève
- M. Eric SCHEIDEGGER, directeur suppléant du SECO et chef de la Direction de la promotion économique à Berne

qui ont eu la gentillesse de me recevoir et de m'accorder un peu de leur temps, et sans qui la réalisation de ce travail n'aurait pas été possible.

Je remercie également les organisations suivantes pour les précieuses informations qu'elles m'ont transmises :

- Alliance
- Alp ICT
- BioAlps
- Business Valais
- Fongit
- FriUp
- Genilem
- Micronarc
- NEODE
- PSE

10. ATTESTATION

"Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de bachelor".

Sierre, janvier 2011

Nathalie Formaz

11. GLOSSAIRE

Accélérateur d'entreprises : structure destinée à faciliter la création d'entreprises en apportant un soutien technique et financier, des conseils et des services. Sa mission est de guider une invention technologique vers une application commerciale. Aussi appelé pépinière d'entreprises.

Aeropôle de la Broye : parc technologique et industriel qui mettra à disposition des terrains aux abords immédiats de l'aérodrome de Payerne, destinés à l'accueil d'activités à haute valeur ajoutée dans le domaine de l'aéronautique.

AIT : association vaudoise pour la promotion des innovations et technologies qui a pour mission de promouvoir la collaboration des petites et moyennes industries vaudoises avec les hautes écoles et l'Etat de Vaud, et d'aiguiller les PMI dans leur stratégie et projets d'innovation.

Alliance : programme de liaison industrielle entre les entreprises et les instituts de recherche de Suisse occidentale qui a pour mission de développer des synergies et des projets de R&D entre les entreprises et les hautes écoles et centres de recherche de Suisse occidentale.

AlpICT : pôle des technologies de l'information de Suisse occidentale qui a pour mission de promouvoir les entreprises et les instituts de recherche de Suisse occidentale actifs dans le domaine des technologies de l'information et de la communication.

Apprendre à entreprendre : programme proposé aux enseignants et élèves du secondaire et de la formation professionnelle valaisans (maturités commerciales et techniques) durant lequel ils sont appelés à monter et à gérer une entreprise réelle pour une classe durant une année scolaire.

Ateliers de la Ville de Renens : incubateur d'entreprises dont la mission est d'encourager la création d'entreprises dans le domaine de la communication visuelle,

du graphisme, du design et de l'architecture par la mise à disposition de locaux et d'une structure d'aide située sur le site de l'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL).

BioAlps : Pôle des sciences de la vie de Suisse occidentale qui a pour mission de promouvoir les entreprises et les instituts de recherche de Suisse occidentale actifs dans le domaine des sciences de la vie.

BIOARK : site technologique valaisan consacré principalement à la biotechnologie et à la médecine régénérative

Biopôle : parc technologique ayant pour mission de mettre à disposition des terrains et locaux sur le site de « Vennes » en vue d'accueillir des activités à forte valeur ajoutée dans le domaine des sciences de la vie et des quartiers généraux à vocation internationale.

BLUEARK : site technologique valaisan consacré aux Clean Tech, et plus principalement aux énergies renouvelables, à l'efficacité énergétique dans les entreprises et à la smart grid.

Business Angels Suisse (BAS) : association qui offre sous la forme de dîner meetings, une plateforme de présentation à des jeunes entrepreneurs.

Business experience : offre proposée aux futurs diplômés de la HES-SO Valais ainsi qu'à d'autres étudiants des Hautes écoles romandes dont le but est de favoriser un esprit d'entreprise et d'interdisciplinarité parmi les étudiants économistes, informaticiens et ingénieurs de la Haute école spécialisée de Suisse Occidentale (HES-SO).

Business Center : environnement de haute qualité avec une faible densité et répondant à toutes les exigences des entreprises commerciales ayant une image de prestige. Aussi appelé « Parcs d'affaires et commerciaux ».

Business Valais : association regroupant tous les acteurs de la promotion économique valaisanne dont la mission est d'assurer la mise en œuvre de la stratégie définie par le canton pour favoriser le développement du tissu économique valaisan.

Capital-investissement : forme de financement qui associe un apporteur de capital (le capital-risqueur) et une entreprise souvent à forte capacité de croissance. Le financement par capital-risque se définit comme une participation minoritaire dans une entreprise non cotée et s'accompagne d'un suivi plus ou moins actif de la part du capital-risqueur. Cette forme de financement permet au dirigeant, actionnaire

majoritaire, de conserver son autonomie de décision. Aussi appelé Venture Capital ou Capital risque (Torrès, 1999)

Capital proximité : plateforme de mise en relation qui a pour mission de favoriser la rencontre entre investisseurs privés et entreprises à la recherche de financement actives dans tout secteur économique.

Capital-risque : forme de financement qui associe un apporteur de capital (le capital-risqueur) et une entreprise souvent à forte capacité de croissance. Le financement par capital-risque se définit comme une participation minoritaire dans une entreprise non cotée et s'accompagne d'un suivi plus ou moins actif de la part du capital-risqueur. Cette forme de financement permet au dirigeant, actionnaire majoritaire, de conserver son autonomie de décision. Aussi appelé Venture Capital ou Capital-investissement (Torrès, 1999)

Case manager : collaborateur de la promotion économique dont le travail est de déterminer des mesures d'intervention particulièrement adaptées à chaque cas et de définir les besoins d'aide en fonction de chaque client.

CCF SA : centre de compétences financières au service de l'économie valaisanne qui propose aux entreprises valaisannes ses services dans les domaines financiers, de conseil, et de sensibilisation à l'esprit d'entreprise.

CETT : Centre d'Etudes et de Transferts Technologiques de la HEIG-VD qui a pour mission d'offrir un appui technologique aux entreprises et gérer les projets de collaboration entre la Haute école d'Ingénierie et de Gestion du canton de Vaud et les PME ou collectivités publiques.

Chèque innovation Clean Tech : Bon d'un montant maximal de Frs 7'500.- accordé par la CTI pour faciliter de nouveaux partenariats entre les petites et moyennes entreprises (PME) et les chercheurs travaillant dans les hautes écoles suisses (<http://www.bbt.admin.ch/>)

CIMARK : société valaisanne qui apporte un soutien aux PME dans leur recherche de compétitivité et un support professionnel aux entreprises en démarrage.

Clean Tech Alps : pôle de compétences de Suisse occidentale en matière de technologies dont le but est de favoriser le développement de sociétés et d'instituts.

Cluster : regroupement, généralement sur un bassin d'emploi, d'entreprises du même secteur, ce qui est source d'externalités positives, dites de réseau.

CODEV : coordination du Développement Economique Vaudois qui a pour but notamment de veiller à une cohérence des actions sur le plan cantonal en partenariat avec le SELT, de prendre position et défendre les intérêts des régions.

Coopérative romande de cautionnement CRC-PME : coopérative qui a pour but de promouvoir, par voie de cautionnement, le développement économique et la création d'emplois et d'idées sur le territoire des cantons de Fribourg, Genève, Neuchâtel, Valais et Vaud. Grâce à la délivrance de son cautionnement, elle peut faciliter l'accès au crédit bancaire aux indépendants et aux petites et moyennes entreprises (PME) artisanales, industrielles ou commerciales, existantes ou en création, ne disposant pas de l'entier des fonds propres nécessaires ou des garanties suffisantes souhaitées.

Creapole SA : Structure privée jurassienne basée sur un partenariat public-privé qui a pour tâche principale d'identifier et de favoriser la réalisation de projets d'activités économiques innovatrices (start-up), en particulier dans les domaines à fort potentiel économique tels que les medtech ou les technologies IT.

CTI : Agence suisse pour la promotion de l'innovation qui a pour mission d'encourager les projets de R&D qui émanent des entreprises et qui sont réalisés en collaboration avec les instituts de recherche basés en Suisse.

CTI-Invest : plateforme de mise en relation qui a pour mission de favoriser la rencontre entre investisseurs privés et entreprises à la recherche de financement actives dans tout secteur économique.

CTI-Start-up : programme de la Confédération qui propose un soutien à la création et au développement de start-up à fort potentiel de croissance en offrant aux entrepreneurs un programme d'accompagnement et de coaching.

Développement endogène : développement qui est produit par quelque chose en dehors de tout apport extérieur (le petit Larousse), qui est capable de nourrir sa propre croissance, qui est fondé sur la mobilisation partenariale des acteurs locaux (Lipietz, 2001)

Ecolision SA : organisme genevois dont la mission est de transformer le fort potentiel d'innovation régionale dans le domaine des sciences de la vie en valeur économique et en emplois.

EconomieSuisse : fédération des entreprises suisses.

Endeavour Capital : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

Entrepreneuriat (entrepreneurship) : au sens large l'entrepreneuriat est le champ couvrant tous les aspects de l'engagement de l'entrepreneur, tant professionnels que personnels qui apparaissent lors de la création de l'entreprise et tout au long du cycle de vie de celle-ci. Il s'étend aussi à la fonction sociétale de l'entrepreneur et à ses manifestations dans des contextes culturels variés (Torrès, 1999)

Entrepreneur schumpétérien : du nom de l'économiste autrichien Joseph Schumpeter (1883-1950), qui insista sur l'importance de l'innovation dans les mécanismes de la croissance et sur le rôle de l'entrepreneur dont la fonction est de réformer ou de révolutionner les routines de production en exploitant une invention. L'entrepreneur schumpétérien est un agent du changement, un créateur permanent (Torrès, 1999)

EUREKA : programme de R&D pour les entreprises industrielles.

FAE : organisme composé de spécialistes en finance et en gestion qui est au service des entreprises de la République et Canton de Genève. La FAE est également l'antenne cantonale genevoise de la Coopérative Romande de Cautionnement – PME.

Finergence : fondation neuchâteloise pour le financement initial d'entreprises novatrices.

Fondation pour l'innovation technologique (FIT) : Fondation pour le soutien au développement de projets à contenu technologique innovant effectué en collaboration avec une haute école ou un centre de recherche de Suisse romande.

Fondetec : fondation communale pour le développement des emplois et du tissu économique en ville de Genève.

Fonds d'amorçage : prise de participation au capital-actions qui a pour but de participer au démarrage d'un projet et de contribuer à la dotation initiale des sociétés en espèces. Aussi appelé « seed money »

Fongit : fondation genevoise pour l'innovation technologique. Incubateur pour les entreprises high-tech.

FNSNF : Fonds national suisse de la recherche scientifique dont l'objectif est le renforcement de la place scientifique suisse.

FriUp : association à but non lucratif qui participe à la promotion économique endogène en développant des synergies entre l'économie, les écoles et l'état, tant au niveau cantonal qu'inter cantonal. Antenne cantonale de Genilem Suisse et de Platinn.

FSRM : Fondation suisse pour la recherche en microtechnique qui a pour mission de promouvoir la microtechnique et ses applications.

Genilem : organisme d'accompagnement et de conseil aux créateurs d'entreprises innovantes en démarrage.

GINNOV : conseil en gestion de l'innovation.

Global Life Science Ventures : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

Glocalisation (théorie de la) : théorie avancée par le PMistes qui consiste à construire les bases de la compétitivité sur les marchés globaux à partir d'une forte intégration entrepreneuriale dans le contexte local. La gestion du local au service de l'international est une nécessité pour les PME davantage dépendantes des ressources locales que leurs homologues de grande taille (Torrès, 1999)

IDEARK : parc technologique valaisan focalisé principalement sur la gestion de l'information multimédia et l'interface « homme-machines ».

Incubateur d'entreprises : structure d'accompagnement de projets de création d'entreprises qui peut apporter un appui en termes d'hébergement, de conseil et de financement, lors des premières étapes de la vie de l'entreprise.

Index Ventures : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

Ingenious Switzerland : plateforme export qui a pour mission de mettre en valeur atouts de l'architecture, de l'ingénierie et du design suisses à l'étranger (<http://www.osec.ch/>)

Initiative Capital SA : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

Innode1 : parc technologique jurassien dont le but est la création ou l'extension de nouvelles activités «haute technologie» en rapport avec les sciences de la vie.

INNO-FR : plateforme d'innovation d'affaire qui a pour but de renforcer la capacité d'innovation des entreprises existantes, en collaboration avec le Réseau Platinn.

INNOTOUR : instrument pour l'amélioration de la structure et de la qualité de l'offre dans le domaine du tourisme suisse.

Innovation : La première application de la science et de la technologie dans une nouvelle direction, avec un succès commercial (Pierre F. Gonod, 1972). «Faire quelque chose de nouveau ou faire quelque chose de connu différemment» (Rudolf Hug)

Innovation d'affaire : Renforcement de la capacité d'innovation et amélioration de la productivité et la compétitivité des entreprises existantes.

Intelligence économique territoriale : ensemble des connaissances pluridisciplinaires qui, d'une part, contribue à la compréhension des structures et des dynamiques territoriales et, de l'autre, ambitionne d'être un instrument au service des acteurs du développement durable des territoires.

INTERREG IV : Programme de coopération transfrontalière, transnationale et transrégionale dont le but est de renforcer la coopération économique et sociale au sein de l'UE et ses pays limitrophes afin de permettre un développement territorial équilibré (<http://www.regiosuisse.ch/>)

IPI : institut fédéral de la propriété intellectuelle.

Jade Invest : société de capital-risque suisse, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

KMU Campus : association saint-galloise dont la mission est le transfert de connaissances axé sur la pratique. Les entreprises transmettent leur savoir et leurs conclusions aux autres sociétés par rapport à des sujets ciblés.

Label CTI Start-up : label de la CTI délivré par un jury d'experts qui confirme qu'un projet de start-up a de réelles chances sur le marché et qu'il se prête au capital-risque

Message FRI : Les deux principes directeurs du Message FRI déterminent, pour les quatre prochaines années, les priorités en matière de formation, et de recherche et d'innovation. Ils définissent les domaines dans lesquels Confédération et cantons vont s'engager.

Microcrédit Solidaire Suisse : Fondation Georges Aegler pour la création d'entreprises dont la mission est de soutenir la création de petites entreprises génératrices d'emplois par l'octroi de microcrédits financés par notre capital, lui même constitué à l'aide de nombreux dons (<http://www.asece.ch>)

Micronarc : pôle des micro nanotechnologies de Suisse occidentale qui a pour mission de promouvoir les entreprises et les instituts de recherche de Suisse occidentale actifs dans le domaine des micro et nanotechnologies.

NEODE : parc scientifique et technologique de Neuchâtel accueillant en son sein toute entreprise nouvelle ou déjà établie porteuse de projets dans les domaines de micro technologie et nanotechnologie.

Nerdistans : banlieues de style « campus » regroupant plusieurs firmes de haute technologie aux allures post-modernes et autour desquels résident des milliers d'employés et leur famille (Tremblay, 2006)

Novartis Venture Funds : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

OVAC : coopérative valaisanne de cautionnement qui a pour but de cautionner des crédits bancaires en faveur des petites et moyennes entreprises établies ou venant s'établir en Valais.

OMPI : organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

OPI : office de promotion des industries et des technologies qui a pour mission de favoriser le développement économique de la région lémanique par la mise en valeur et la promotion des entreprises industrielles et actives dans les nouvelles technologies.

OSEC : centre de compétence pour l'économie extérieure suisse qui a pour mission la promotion des exportations, des investissements à l'étranger et de la place économique suisse à l'étranger.

Pactt technology Transfert : organisme qui a pour mission de favoriser le transfert des technologies et innovations issues du Centre hospitalier universitaire vaudois (CHUV) et de l'Université de Lausanne (UNIL) vers l'industrie.

Parc industriel : zone géographique prévue pour un usage industriel.

Parcs d'affaires et commerciaux : environnement de haute qualité avec une faible densité et répondant à toutes les exigences des entreprises commerciales ayant une image de prestige et par des activités hautement spécialisées. Aussi appelé « Business Center ».

Parc scientifique : ensemble qui se compose de bureaux, de laboratoires et d'ateliers situé proximité des campus universitaires.

Parc technologique : réunion en un même lieu d'activités de haute technologie (électronique, chimie, biologie...), centres de recherche, entreprises, universités,

ainsi que des organismes financiers facilitant les contacts personnels entre ces milieux. Aussi appelé technopôle (le).

Pépinière d'entreprises : structure destinée à faciliter la création d'entreprises en apportant un soutien technique et financier, des conseils et des services. Sa mission est de guider une invention technologique vers une application commerciale. Aussi appelé accélérateur d'entreprises.

Plateforme sectorielle : plateforme qui permet au cluster d'identifier les compétences-clé des entités et de les mettre en rapport avec les entreprises qui ont des besoins dans ces domaines.

PHYTOARK : site technologique valaisan orienté principalement sur l'extraction de plantes, la valorisation d'ingrédients naturels, la phytopharmacie, la cosmétique et la nutrition-santé.

Platinn : Plateforme pour l'innovation d'affaires de Suisse occidentale qui a pour mission de fournir des prestations de coaching et de conseils stratégiques aux start-up ainsi qu'aux PMI dans le but de renforcer leur système d'innovation au travers des quatre vecteurs d'innovations suivants : affaires, organisation, coopération et stratégie.

Polytech Ventures : organisme dont la mission est de favoriser, par un apport de fonds, la création et le développement d'entreprises technologiques situées en Suisse occidentale.

Progrès technologique : Le progrès technologique représente l'amélioration des techniques. Il découle de l'application du progrès scientifique et de l'amélioration des connaissances scientifiques.

PSE : Parc scientifique d'Ecublens qui a pour mission de mettre à disposition des locaux sur le site de l'EPFL et d'offrir des prestations de services à des entreprises actives dans les secteurs de la haute technologie et qui envisagent de développer des collaborations ou des synergies du type scientifique avec un laboratoire d'une haute école (EPFL, UNIL, CHUV, HES) dans un délai de 12 mois, de fournir aux start-up et PME « high-tech » des prestations de coaching et de conseils stratégiques.

Regiosuisse : centre national du réseau de développement régional créé par le Secrétariat d'Etat à l'économie SECO en tant que mesure d'accompagnement de la mise en œuvre de la Nouvelle politique régionale (NPR).

Renaissance PME : fondation suisse d'investissement permettant aux institutions de prévoyance suisses d'investir directement dans des sociétés suisses non cotées ayant un fort potentiel de croissance.

SECO : Secrétariat d'Etat à l'Economie qui s'occupe principalement de la politique suisse en faveur des PME, de la politique du tourisme, de la politique régionale et d'organisation du territoire.

Seed money : prise de participation au capital-actions qui a pour but de participer au démarrage d'un projet et de contribuer à la dotation initiale des sociétés en espèces. Aussi appelé « Fonds d'amorçage »

SELT : unité de promotion économique chargée de l'appui aux créateurs d'entreprises et aux PME vaudoises, plus particulièrement celles actives dans les secteurs de l'industrie, des services proches de la production et des technologies de pointe.

SRI : Service de relations industrielles de l'EPFL qui a pour mission de favoriser le transfert des technologies et innovations issues de l'EPFL vers les industries.

SwissClean Tech : L'association SwissClean Tech vise à placer, via sa plateforme export, l'économie Clean Tech suisse et liechtensteinoise en position de leader et à faire connaître la Suisse et le Liechtenstein en tant que pays de la durabilité (<http://www.swissClean Tech.ch/>)

Swiss Health : plate-forme export qui permet de mettre en avant la place médicale suisse et d'accroître le flux des patients étrangers décidés à venir se faire traiter en Suisse (<http://www.osec.ch/>)

Swiss-Medtech : Plateforme export des techniques médicales créée par la CTI, le SECO et le BBT.

SwissMedia Centers : incubateur d'entreprises dont la mission est de soutenir la création, favoriser la promotion et mettre à disposition des locaux pour les sociétés actives dans les domaines des technologies de l'information, de la communication et du multimédia.

Swissmem : organisation qui a pour mission d'associer l'industrie des machines, des équipements électriques et des métaux à des secteurs analogues orientés vers la technologie.

Technopole (la) : Forme d'urbanisation qui est à la fois pôle technologique et cité dotée de fonctions de polarisation régionale, associant donc en un même lieu et

dans un même temps puissance d'innovation et capacités de développement régional.

Technopôle (le) : réunion en un même lieu d'activités de haute technologie (électronique, chimie, biologie...), centres de recherche, entreprises, universités, ainsi que des organismes financiers facilitant les contacts personnels entre ces milieux. Aussi appelé parc technologique.

Technopôle de la microsoudure de Sainte-Croix : Technopôle dont la mission est de mettre à disposition des locaux pour les sociétés actives dans le domaine de la microsoudure et des techniques connexes, favoriser les échanges entre entreprises et instituts du domaine et dispenser des formations en microsoudure.

Techno-Pôle de Sierre (le) : premier pôle de Suisse dédié aux technologies de l'information avec un centre de séminaires au cœur du Valais. Il réunit quelques 50 start-up, PME et instituts de recherche et développe des opportunités d'affaires liées aux nouvelles technologies, particulièrement dans le domaine des TIC, les technologies de l'information et de la communication.

Technopolitain : relatif à une technopole, à un centre urbain, ou une zone située à proximité, disposant d'un fort potentiel de recherche et d'enseignement technologique, et des industries de pointe (<http://dictionnaire.reverso.net/>)

TECHNOARK : site technologique valaisan travaillant principalement sur les technologies de l'information, l'Internet des objets et RFID.

TecOrbe : Technopôle de l'environnement ayant pour mission de mettre à disposition des locaux destinés à l'accueil d'entreprises actives dans les technologies environnementales et dans le domaine des énergies renouvelables.

TELEARK : site technologique valaisan orienté sur les plateformes collaboratives (web sémantique) et la facilité d'utilisation (usability).

The Ark : Fondation pour l'innovation en Valais qui a pour mission d'organiser et coordonner les différentes activités permettant l'établissement, l'éclosion (start-up), la croissance et l'épanouissement de sociétés en Valais. Elle crée les conditions cadres adéquates pour inciter les acteurs économiques valaisans à faire preuve de créativité et d'innovation.

Transfert technologique : "Procès par lequel la science et la technologie sont diffusées à travers l'activité humaine selon les composantes verticales et horizontales" (Harvey Brooks)

Unitec : service de l'Université de Genève pour valoriser les découvertes issues de ses activités de recherche dont la mission est la valorisation des découvertes générées par les membres de la communauté des Hôpitaux Universitaires de Genève et des chercheurs de HES-SO.

Veille technologique et commerciale : capacité d'une entreprise à s'informer sur les évolutions technologiques et commerciales dans son secteur d'activité. Cette veille peut se faire soit de façons implicite et sporadique, soit de façon formelle et organisée (intelligence économique)(Torrès, 1999).

Venture Capital : forme de financement qui associe un apporteur de capital (le capital-risqueur) et une entreprise souvent à forte capacité de croissance. Le financement par capital-risque se définit comme une participation minoritaire dans une entreprise non cotée et s'accompagne d'un suivi plus ou moins actif de la part du capital-risqueur. Cette forme de financement permet au dirigeant, actionnaire majoritaire, de conserver son autonomie de décision. Aussi appelé Capital risque ou Capital-Investissement (Torrès, 1999)

Venture Kick : Organisation dont la mission est le financement de l'élaboration rapide d'idées commerciales émanant de la recherche.

Venturelab : organisme dont la mission est de stimuler la création d'entreprises en Suisse par la proposition de modules de formation axés sur la pratique et destinés à sensibiliser les étudiants ainsi qu'à promouvoir les start-up à fort potentiel de croissance.

Vinci Capital : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

VI Partners : société de capital-risque, ayant pour but d'identifier et soutenir des technologies d'avant-garde pour des marchés émergents actuels et futurs.

Y-Parc SA : Parc scientifique et technologique d'Yverdon qui a pour mission de mettre à disposition des terrains et locaux en vue d'accueillir toute société active dans les industries de pointe.

12. SOURCES ET REFERENCES

12.1. Ouvrages, brochures et articles

- Robert Solow (1956), A Contribution to the Theory of Economic Growth, Quarterly Journal of Economics
- Pierre F. Gonod , Chargé du programme de transfert technologique, Département des Affaires scientifiques, Secrétariat Général de l'Organisation des États Américains, Washington D.C. (1972), Aperçu théorique : technologie, transferts, innovation technologiques, notions connexes.
- Confédération Suisse (1976), Loi fédérale sur l'octroi de cautionnements et de contributions au service de l'intérêt dans les régions de montagne et le milieu rural en général du 25 juin 1976 (Etat le 1er janvier 2008).
- Commission mondiale sur l'environnement et le développement des Nations Unies (WCED en anglais) (1987), Rapport Brundtland (Notre Avenir à Tous).
- Michael E. Porter (1990), The Competitive Advantage of Nations, Hardcover
- Jean-Pierre Nioche (1990), Evaluation des politiques publiques en Suisse, Pourquoi ? Pour qui ? Comment ?, presses polytechniques et universitaires romandes
- F., Sengenberger, W, (Eds.) (1992), The Emergence of Industrial Districts in Spain : Industrial Restructuring and Diverging Regional Responses, Industrial and Local Economic Regeneration, Genève, ILO Publications, in Pyke
- Colette Fourcade (1992), Cahier options Méditerranéennes, la production du local
- N. Gregory Mankiw; David Romer; David N. Weil (1992), A Contribution to the Empirics of Economic Growth, The Quarterly Journal of Economics
- Colletis G., Pecqueur B (1993), Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? Revue d'Economie Régionale et Urbaine n°3
- FOURCADE C. (1993), "Gouvernement territorial et district industriel : l'exemple de Montpellier", Revue Internationale PME, Vol. VI, n°1.
- Alain Peyrefitte (1995), Du « Miracle » en économie, leçons au collège de France, éditions Odile Jacob
- N. Gregory Mankiw (1998), Principes de l'économie, Economica
- Devereux, M.P. and Griffith, R. (1998), The taxation of discrete investment choices
- Olivier Torrès (1999), Les PME, Dominos Flammarion
- Zuideau B. (Éd.), (2000), Développement durable et territoire, Presses Universitaires du Septentrion. 2001
- Denis Maillat Et Leila Kebir (2001), Canadian Journal of Regional Science, Vol. 24, Conditions cadre et Compétitivité des régions : une relecture
- Grand Conseil du Canton du Valais (2001), Loi sur la politique économique cantonale du 11 février 2001
- Puf (2001), Dictionnaire des sciences économiques
- Secrétariat d'Etat à l'économie, Dr. Roland Aeppli (2001), Volkswirtschaftliche Analyse der Probleme des Arbeitsmarktes im schweizerischen Gastgewerbe
- Andrea Bassanini, Stefano Scarpetta (2001), Les moteurs de la croissance dans les

pays de l'OCDE : analyse empirique sur des données de panel, Revue économique de l'OCDE

- Francis Aubert, Sylvie Charlot, Carl Gagné (2002), Politiques de régulation de l'état : Quelle place pour les espaces ruraux ?
- Daumas, J.C., Girardot, J.-J. (2002), Programme de recherche de la Maison des Sciences de l'Homme Ledoux. Pôle 1 "Intelligence territoriale"
- Yann Cadiou et Anne Sigogneau (2002), Eléments de cadrage pour la production de tableaux de bord régionaux des activités de recherche et d'innovation, Observatoire des Sciences et des Techniques
- François Charbonneau, Paul Lewis, Claude Manzagol, Université de Montréal (2003), Villes moyennes et mondialisation, renouvellement de l'analyse et des stratégies
- Michel Husson (2003), Pour dégonfler la baudruche de la compétitivité
- Michèle Debonneuil et Lionel Fontagné (2003), Compétitivité, rapport, La Documentation française. Paris - ISBN : 2-11-005256-2
- Benoît Coeuré et Isabelle Rabaud (2003), Attractivité de la France : analyse, perception et mesure
- Banque de France (2003), Productivité horaire et PIB par tête aux États-Unis et en France — Comparaisons et recommandations
- Thomas Lamarche (2003) « Le territoire entre politique de développement et attractivité », Études de communication, 26 | 2003, [En ligne], mis en ligne le 13 octobre 2008. URL : <http://edc.revues.org/index122.html>. Consulté le 11 novembre 2010.
- Bernard Pecqueur, Professeur à l'Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier Grenoble (2004), Vers une géographie économique et culturelle autour de la notion de territoire, Revue Géographie et Culture, no 49
- Philippe Aghion et Élie Cohen (2004), Éducation et croissance, Rapport
- European Regional Science Association, Roberto Camagni Politecnico di Milano Président de ERSA (2005), Attractivité et compétitivité : un binôme à repenser
- Stefanie Wahl (2005), Bulletin économique du CIRAC, Regards sur l'économie allemande, Démographie et Compétitivité
- Promotion économique du Canton de Fribourg (2005), dépliant « A votre entière disposition ! »
- Etat de Vaud (2005), Evaluada – Rapport final, février 2005
- Herbaux P, Bertacchini Y. (2005), La rupture, un des corollaires de la vitesse. L'intelligence territoriale, une posture d'anticipation, 4ème Rencontres «TIC et Territoire : Quels développement ? », île Rousse (<http://isd.m.univ-tln.fr>)
- Frédéric MARTY (2006), Chargé de recherche CNRS, Chercheur affilié OFCE, GREDEG – Université de Nice Sophia-Antipolis, Colloque du GRALE "La décentralisation en mouvement", Paris, Assemblée Nationale, Collectivités territoriales et entreprises : nouvelles compétences ou nouvelles politiques ?
- Rémy Tremblay (2006), La qualité de vie des villes du savoir
- Stéphane Gorla (2006), L'Expression du problème dans la Recherche d'Informations: Application à un contexte d'Intermédiation Territoriale
- R. Villa Borges (LEPIL, Grenoble 2), V. Jacquier-Roux (LEPIL, Grenoble 2), C. Le Bas

(GEMO-LEFI, Université Lumière Lyon 2) (2006), Echelle et variété de l'attractivité technologique d'une région, l'exemple de Rhône-Alpes

- Ministère français de l'Économie, des finances et de l'industrie (2006), Technologies clés 2010
- Michel Husson (2006), Contre le chômage : les sept travaux d'Hercule in Fondation Copernic, Propositions pour sortir du libéralisme, Editions Syllepse
- Confédération Suisse (2006), Loi fédérale sur la politique régionale du 6 octobre 2006 (Etat le 1er janvier 2008).
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique (2007a), Morcellement du paysage en Suisse, Analyse du morcellement 1885-2002 et implications pour la planification du trafic et l'aménagement du territoire
- Grand Conseil du Canton de Vaud (2007), Loi sur l'appui au développement économique (LADE) du 12 juin 2007
- Conseil fédéral suisse (2007), Message du Conseil fédéral sur la promotion économique pour les années 2008 à 2011 du 28 février 2007
- OCDE (2007), Examens environnementaux de l'OCDE : Suisse 2007
- F. Mancebo (2007), Le développement durable en question(s), Cybergeo : European Journal of Geography
- Confédération Suisse (2007), Ordonnance sur la politique régionale (OPR) du 28 novembre 2007 (Etat le 1er janvier 2008).
- Confédération Suisse (2007), Ordonnance concernant la détermination des zones d'application en matière d'allègements fiscaux du 28 novembre 2007 (Etat le 1er janvier 2008).
- Tugrul Atamer et Olivier Torrès (2007), L'art d'entreprendre, Paris, Les Echos, Modèles d'entrepreneuriat et mondialisation
- Confédération (2007), Message relatif à l'encouragement de la formation, de la recherche et de l'innovation pendant les années 2008 à 2011
- Canton du Valais, Département de l'économie et du territoire (2007), Programme de mise en œuvre de la nouvelle politique régionale pour le canton du Valais pour la période 2008-2001
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008a), Besoins matériels de la Suisse, Statistique suisse de l'environnement No 14
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008b), Bas salaires et working poor en Suisse, Ampleur des phénomènes et groupes à risque d'après l'Enquête sur la structure des salaires 2006 et l'Enquête suisse sur la population active 2006
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008c), Indicateurs de la société de l'information en Suisse
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008d), Productivité du travail, Méthodologie et analyse des principaux résultats de 1991 à 2006
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique (OFS, 2008e), Le système de comptabilité nationale. Résultats 2001-2006
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008f), Actualités OFS, Le marché du travail en comparaison internationale, Les marchés du travail de la Bulgarie et

de la Roumanie – nouveaux Etats membres de l'UE – en comparaison européenne

- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2008g), Actualités OFS, Analyse structurelle de l'économie suisse, Evolution du secteur manufacturier de 1991 à 2005 – Vers une concentration sur les branches à forte valeur ajoutée
- Fribourg Development Agency (2008), Fribourg Network Magazine économique, Ecologie Industrielle, Croissance et développement durable
- Fédération suisse du tourisme (2008), Le tourisme suisse en chiffre
- Pierre Champollion Inspecteur d'académie, IUFM-université Joseph Fourier UMR ADEF
Alain Legardez Professeur des universités, IUFM-université de Provence UMR ADEF (2008), L'intelligence territoriale à l'œuvre : une démarche coopérative et partenariale de diagnostic territorial rassemblant acteurs et chercheurs
- Giuliano Bonoli (2008), Les nouveaux défis de l'Etat social
- Canton du Valais (2008), Loi sur la Politique Régionale, Rapport final de la Commission de 2^{ème} lecture, Novembre 2008
- Mohamed Haddad (2008), Intelligence territoriale et observatoires socio-économiques et environnementaux : un processus d'intelligence territoriale adapté (PITA) à l'observatoire de Menzel Habib au sud de la Tunisie, Thèse pour le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Paul Verlaine – Metz
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique, No 4 (2009a), StatEspace, Newsletter analyses et disparités spatiales
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2009b), L'environnement suisse, statistique de poche
- Office fédéral de la statistique OFS (2009c), Actualités OFS, Espace et environnement, Confédération suisse
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2009d), Comptes nationaux 2008. Crise financière et résultats contrastés
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2009e), Développement durable, statistique de poche 2009
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2009f), Actualités OFS, Forum Ecoparc 2009
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2009g), Actualités OFS, Evolution future du niveau de formation de la population de la Suisse, Etude des déterminants, modélisation et scénarios
- Confédération Suisse, Département fédéral de l'économie DFE (2009h), La politique suisse en faveur des PME
- BAKBASEL (2009), BAK TAXATION INDEX, (Indice de fiscalité), Feuille d'information, 2009
- Fribourg Development Agency (2009), Fribourg Network, Magazine économique, Innovation et Compétitivité
- Forum économique mondial (WEF) (2009), Travel & Tourism Competitiveness Report
- Stéphane GORIA, Audrey KNAUF, Université Nancy 2, Laboratoire LORIA, Equipe de recherche SITE, SITE - LORIA- Campus Scientifique - BP 239 - F-54506 Vandoeuvre-lès-Nancy (2009), Présentation d'une étude fonctionnelle de diverses formes

d'Intelligences Territoriales mises en œuvre par les pôles de compétitivité, Vers l'identification de nouvelles prestations

- Association de Science Régionale De Langue Française (2009), Le paysage : un facteur de développement régional à l'origine de circuits économiques spécifiques selon les territoires ?
- Jean-Jacques Friboulet (2009), Attractivité et économie géographique : une première approche
- Promotion économique de la République et Canton du Jura (2009), Bienvenue dans le canton du Jura Suisse, La région idéale pour concilier qualité de vie et développement de votre projet
- Secrétariat d'Etat à l'économie SECO (2009), La nouvelle politique régionale (NPR).2008-2015, Pour l'innovation et la création de valeur ajoutée dans les régions
- Regio Suisse, Centre du réseau de développement régional (2009), Marché de la recherche regionsuisse & Colloque sur le développement régional 2009
- Alliance (2009), Alliancepublic 2009, Rapport d'activité alliance, Réseau et compétences au service des PME
- Vincent LEPAGE, Attaché Economiste au Service Public de Wallonie (2009), L'évaluation externe comme outil de pilotage de la politique de clustering : leçons tirées de 5 années de pratique en région Wallonne, Colloque international : Pôles de compétitivité et développement économique régional les 2 et 3 mars 2009, Liège
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010a), Actualités OFS, Dépenses et personnel de R-D des entreprises privées en Suisse, Augmentation des dépenses de R-D dans un contexte d'internationalisation croissante
- (2010b).
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010c), Agriculture suisse, Statistique de poche 2010
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010d), L'enquête suisse sur la structure des salaires 2008
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010e), Développement durable – Indicateurs, Le tableau de bord de la Stratégie pour le développement durable
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010f), Développement durable, Panorama
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010g), Prix, Panorama
- Confédération Suisse Office fédéral de la statistique OFS (2010i), Niveau de vie, situation sociale et pauvreté – Données, indicateurs, Principaux indicateurs et chiffres
- Confédération Suisse, Office fédéral de la statistique OFS (2010j), Environnement – Indicateurs Economie nationale et production - Productivité du travail
- Confédération Suisse (2010k), Les clusters dans la promotion économique, Rapport du Conseil fédéral en exécution du postulat Rey (06.3333. Réseaux de développement économique).
- Confédération suisse, Office fédéral de la statistique et economiesuisse (2010), La recherche et le développement dans l'économie privée en suisse 2008
- Confédération suisse, Département fédéral de l'économie, Secrétariat d'Etat à

l'économie (2010), Benchmarking du tourisme – Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale – Rapport de synthèse du « Programme de benchmarking international du tourisme suisse, mise à jour 2008-2009 »

- Avenir-Suisse (2010), Energie pour l'économie et le bien-être
- Agence pour la création d'entreprises APCE (2010), Guide pratique du créateur, Les étapes de la création de votre entreprise
- Etat du Valais, Service du développement économique (SDE) Business-Valais (2010), « Ensemble construisons le Valais de demain »
- Canton de Vaud, Service de l'économie, du logement et du tourisme SELT (2010), rapport d'activité 2009, soutien au développement économique.
- Canton de Vaud, Service de l'économie, du logement et du tourisme SELT (2010), Allègements fiscaux, création, implantation et développement d'entreprises.
- PME Magazine (2010), No 11, novembre 2010, Entre chercheurs et entrepreneurs, Alliance, l'indispensable passerelle romande.
- Centre de Compétences Financières CCF SA, Business Valais (2010), Vade-mecum des aides financières.
- Confédération Suisse, Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie OFFT, Partenaires dans l'encouragement de la recherche, Coopération entre le FNS et la CTI
- FriUp, Support PME, L'envie d'innover.

12.2. Références électroniques

<http://ge.ch/dares/promotion-economique/accueil.html>

<http://vpiv.epfl.ch/>

<http://www.admin.ch/ch/f/ff/2007/1149.pdf>

<http://www.alliance-tt.ch/>

<http://www.asece.ch/>

<http://www.bbt.admin.ch/>

<http://www.bfs.admin.ch/>

<http://www.communicationentreprise.com/index.php?Action=LireArticle&idArticle=27709>

<http://www.genilem-suisse.ch/>

<http://www.ie-news.com/fr/pdf/carayon.pdf>

<http://www.inno-tour.ch/>

<http://www.osec.ch/>

<http://www.platinn.ch/>

<http://www.promfr.ch/>

<http://www.regiosuisse.ch/>

<http://www.regiosuisse.ch/docs/projets/aides-financieres.pdf>

<http://www.seco.admin.ch/>

<http://www.theark.ch/>

<http://www.venturelab.ch/>

13. ANNEXES

13.1. Guide d'entretien de l'enquête qualitative

AUPRES DE RESPONSABLES CANTONAUX ROMANDS ET DE RESPONSABLES FEDERAUX DE LA PROMOTION ECONOMIQUE ENDOGENE

Généralités

1. Comment définissez-vous la « promotion économique endogène » ?

Objectifs – moyens - indicateurs

2. Quels sont vos objectifs de promotion économique endogène ?
Qui sont les cibles de votre politique de promotion économique endogène ?
Parmi ces objectifs, lesquels vous paraissent les plus importants ?
3. Quels moyens utilisez-vous pour atteindre vos objectifs ?
4. Quels indicateurs utilisez-vous pour évaluer le degré d'atteinte de vos objectifs ?
5. Selon vous, quels secteurs d'activités ont le plus besoin de votre soutien ?
Pourquoi ?
6. Etes-vous fréquemment sollicités par des PME de votre région qui souhaitent obtenir une aide ? *oui / non*
7. Quels types d'aides proposez-vous aux PME de votre région ?
Quels critères ou conditions sont pris en compte pour accorder une aide à une PME ?
8. Lors de quelle phase de la vie d'une PME êtes vous le plus souvent sollicités pour une aide (*lancement, croissance, maturité, déclin*) ?
Lors de quelle phase êtes-vous le plus disposé à accorder une aide à une PME (*lancement, croissance, maturité, déclin*) ?
Pourquoi ?

Innovation

9. Pensez-vous que les PME doivent être innovantes et créatives pour survivre ?
oui / non
Si oui, pourquoi ?
10. Comment faites-vous pour favoriser l'innovation des PME de votre région ?
Leur apportez-vous un soutien particulier dans ce domaine ? *oui / non*
Si oui, sous quelle forme ?
11. Accordez-vous un soutien particulier aux start-up ? *oui / non*
Si oui, sous quelle forme ?
Quels sont vos critères pour aider une start-up ?
Pourquoi ?
12. Que pensez-vous des incubateurs d'entreprises ?
Existe-t-il dans votre canton des Incubateurs d'entreprises ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?

Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?

Recherche et développement

13. Accordez-vous des aides aux entreprises pour leurs activités R&D ? *oui / non*
Si oui, sous quelle forme ?
Si oui, à quels types d'entreprises ?
Si oui, pourquoi ?
14. Apportez-vous votre soutien pour améliorer les échanges entre les hautes-écoles/universités et les PME ? *oui / non*
Si oui, comment ?
Si oui, pourquoi ?

Transfert du progrès technologique

15. Que pensez-vous des zones d'activités économiques ?
Existe-t-il dans votre canton des zones d'activités économiques ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?
Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?
16. Que pensez-vous des technopôles ?
Existe-t-il dans votre canton des technopôles ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?
Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?
17. Que pensez-vous des business center ?
Existe-t-il dans votre canton des business center ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?
Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?

Transfert du savoir-faire commercial

18. Que pensez-vous des clusters ?
Existe-t-il dans votre canton des clusters ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?
Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?

Conditions cadre

19. Selon vous, quelles sont les conditions cadre qui favorisent la compétitivité économique territoriale ?
20. Comment procédez-vous pour offrir des conditions cadre optimales au développement des PME de votre canton ?

21. Accordez-vous des allègements fiscaux aux PME de votre canton ? *oui / non*
Si oui, dans quelles circonstances ?
Pourquoi ?
22. Que faites-vous pour permettre aux PME de votre canton de bénéficier d'un réservoir suffisant de main-d'œuvre qualifiée ?
23. Prenez-vous des mesures pour aider les PME exportatrices de votre canton ?
Si oui, quelles mesures pour quels types de PME ?
Si oui, pourquoi ?

Communication

24. Quels canaux ou supports utilisez-vous pour faire connaître vos activités aux PME de votre région ?

Gouvernance

25. Que pensez-vous de l'intelligence économique territoriale ?
Existe-t-il dans votre canton des réseaux d'intelligence économique territoriale ou une autre forme de stratégie globale ? *oui / non*
Si oui, y apportez-vous un soutien particulier ?
Si oui, lequel ?
Si oui, pourquoi ?
26. Comment sont réparties les compétences en matière de promotion économique endogènes entre les différents acteurs (Confédération / Cantons / Communes / organismes privés) ?
27. Pensez-vous qu'il existe des doublons dans les aides accordées par ces différents organismes ?
28. Pensez-vous que cette répartition des compétences permette d'offrir une gamme suffisamment large de prestations pour de soutenir de façon optimale les régions ou les groupes d'intérêts défavorisés afin de leur permettre de maîtriser les changements structurels ?

Je vous remercie de votre collaboration.

13.2. Questionnaire de l'enquête quantitative



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Sollicitation de la promotion économique

1. Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Pas du tout | <input type="radio"/> Pas |
| <input type="radio"/> Plutôt pas | <input type="radio"/> Plutôt oui |
| <input type="radio"/> Oui | <input type="radio"/> Tout à fait |

2. Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

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

3. Mon entreprise a sollicité une aide du service cantonal de promotion économique dans la phase suivante de sa vie.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Création / démarrage | <input type="checkbox"/> Croissance des activités (restructuration, re-positionnement,...) |
| <input type="checkbox"/> Déclin des activités | |

4. Mon entreprise a sollicité cette aide dans le but suivant.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Soutien à l'innovation (développement de nouveaux produits, obtention de certification, dépôt de brevets,...) | <input type="checkbox"/> Soutien à la commercialisation (études de marché,...) |
| <input type="checkbox"/> Soutien à l'internationalisation (participation à des expositions, foires,...) | <input type="checkbox"/> Soutien à l'investissement (développement d'infrastructures, restructurations, création d'entreprises,...) |

5. Les critères d'octroi de l'aide que mon entreprise a sollicitée étaient clairement définis.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

Instruments de la promotion économique

6. Par le passé, mon entreprise a obtenu une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, information sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

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

7. L'aide que mon entreprise a obtenue par le service cantonal de promotion économique a été accordée sous forme de :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Information sur les processus et démarches administratives | <input type="checkbox"/> Orientation vers un organisme de coaching ou d'accompagnement (OPI, Platinn, Genilem, CTI, Fri Up, incubateurs d'entreprises, ...) |
| <input type="checkbox"/> Aides financières directes du service de promotion économique cantonal (cautionnement, prise en charge d'intérêts, subvention, prêts sans intérêt,...) | <input type="checkbox"/> Orientation vers un organisme d'aides financières (FAE, Capital proximité, Fondation pour l'innovation technologique, Venture Kick, Polytech Ventures, Business Angels,...) |
| <input type="checkbox"/> Allègements fiscaux | <input type="checkbox"/> Autre |



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Information et soutien dans les procédures administratives.

8. L'information ou l'assistance dans les démarches administratives que j'ai reçue de la part du service cantonal de promotion économique m'ont permis de résoudre mon problème plus facilement.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |
| <input type="radio"/> Non concerné | |

Coaching et accompagnement d'entreprises.

9. L'organisme de coaching ou d'accompagnement vers lequel j'ai été orienté avait les moyens de répondre à mon besoin.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |
| <input type="radio"/> Non concerné | |

10. L'organisme de coaching ou d'accompagnement vers lequel j'ai été orienté m'a proposé une solution qui a satisfait mon besoin.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |
| <input type="radio"/> Non concerné | |

Aides financières aux entreprises.

11. L'aide financière a été accordée à mon entreprise sous forme de :

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Cautionnement de crédits bancaires | <input type="checkbox"/> Prêts sans intérêts |
| <input type="checkbox"/> Prise en charge d'intérêts | <input type="checkbox"/> Prise de participation au capital |
| <input type="checkbox"/> Cofinancement de participation à des foires | <input type="checkbox"/> Subventions |
| <input type="checkbox"/> Allègement fiscal | <input type="checkbox"/> Autre |

12. L'aide financière que mon entreprise a reçue de la part du service cantonal de la promotion économique lui a permis de développer de nouveaux produits ou d'améliorer ses procédés de production.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

Conséquences des aides accordées aux entreprises.

13. L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet "déclencheur". Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

14. Grâce à l'aide que mon entreprise a reçue, elle a pu créer des emplois.

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

15. Grâce à l'aide que mon entreprise a reçue, combien d'emplois a-t-elle pu créer ?

16. Grâce à l'aide que mon entreprise a reçue, elle a pu sauver des emplois.

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

17. Grâce à l'aide que mon entreprise a reçue, combien d'emplois a-t-elle pu sauver ?



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Conséquences des aides refusées aux entreprises.

18. L'aide qui n'a pas été accordée à mon entreprise a fait échouer le projet concerné.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

19. Sans cette aide, mon entreprise a dû supprimer des emplois

- oui non

20. Sans cette-aide, combien d'emplois ont dû être supprimés ?

Innovation, recherche et développement

21. La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

22. Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover (création de nouveaux produits, amélioration des processus de production,...)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

23. Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit investir dans la recherche et le développement :

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Moins de 10% de son budget de fonctionnement | <input type="radio"/> Entre 10% et 25% de son budget de fonctionnement |
| <input type="radio"/> Entre 25% et 50% de son budget de fonctionnement | <input type="radio"/> Entre 50% et 75% de son budget de fonctionnement |
| <input type="radio"/> Plus de 75% de son budget de fonctionnement | |

24. Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat (ou de l'un de ses partenaires).

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

25. Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes-Ecoles ou des Universités.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

26. Pour effectuer des activités de recherche et développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Incubateurs d'entreprises.

27. Je sais ce qu'est un incubateur d'entreprises et je connais son rôle.

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Pas du tout | <input type="radio"/> Non |
| <input type="radio"/> Plutôt non | <input type="radio"/> Plutôt oui |
| <input type="radio"/> Oui | <input type="radio"/> Tout à fait |

28. Lors de sa création, mon entreprise a intégré l'un des incubateurs d'entreprises suivants.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> L'incubateur "Aéropôle" à Payerne | <input type="radio"/> L'incubateur "Ateliers de la Ville de Renens" |
| <input type="radio"/> L'incubateur "Biopole" à Lausanne | <input type="radio"/> L'incubateur "Creapole" au Noirmont |
| <input type="radio"/> L'incubateur "Ecllosion" à Genève | <input type="radio"/> L'incubateur "Fri Up" à Fribourg ou Vaulruz |
| <input type="radio"/> L'incubateur "Genilem" à Genève | <input type="radio"/> L'incubateur "NEODE" à Neuchâtel |
| <input type="radio"/> L'incubateur "Parc scientifique d'Ecublens (PSE)" à Lausanne | <input type="radio"/> L'incubateur "Technopôle de la microsoudure" à Ste-Croix |
| <input type="radio"/> L'incubateur "TECORBE" à Orbe | <input type="radio"/> L'incubateur "The Ark" en Valais |
| <input type="radio"/> Mon entreprise a intégré un autre incubateur | <input type="radio"/> Mon entreprise n'a intégré aucun incubateur |

Prestations offertes par les incubateurs d'entreprises.

29. L'incubateur que mon entreprise a fréquenté lui a permis de :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bénéficier d'un soutien matériel (financement, locaux) | <input type="checkbox"/> Bénéficier de l'expérience de coachs |
| <input type="checkbox"/> Nouer des contacts professionnels avec d'autres start-up | <input type="checkbox"/> Accroître son réseau de contacts professionnels |

30. Dans l'incubateur, mon entreprise a reçu un coaching indispensable à sa création.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

31. Les prestations que l'incubateur a offertes à mon entreprise, lui ont permis de pérenniser ses activités à long terme.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

32. Si mon entreprise n'avait pas intégré un incubateur, elle n'aurait probablement jamais vu le jour.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

Raisons du choix de ne pas intégrer un incubateur d'entreprises.

33. Mon entreprise n'a pas intégré d'incubateur pour la raison suivante.

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Je ne connaissais pas l'existence des incubateurs d'entreprises | <input type="radio"/> Il n'existe pas d'incubateur d'entreprises dans ma région |
| <input type="radio"/> Mon dossier de candidature a été refusé | <input type="radio"/> Mon entreprise ne remplit pas les critères pour intégrer un incubateur |
| <input type="radio"/> Je pense qu'un incubateur est inutile | <input type="radio"/> Autre |



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Relations avec d'autres entreprises.

34. Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

36. Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

35. Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

Clusters.

37. Mon entreprise est membre de l'un des clusters suivant :

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Bioalps (Sciences de la vie) | <input type="radio"/> Micronarc (micro-nanotechnologies) |
| <input type="radio"/> Alp ICT (technologies de l'information) | <input type="radio"/> Cleantech (produits et services non polluants) |
| <input type="radio"/> Mon entreprise n'est membre d'aucun cluster | |

38. Grâce à son appartenance à un cluster, mon entreprise trouve de nouveaux partenaires.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

39. Le cluster favorise l'émergence d'idées nouvelles et est propice à l'innovation.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

Relation avec les Hautes-Ecoles ou les Universités.

40. Mon entreprise collabore beaucoup avec des Hautes-Ecoles ou des Universités de sa région.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

41. Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités favorisent l'émergence d'idées nouvelles.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |

42. Les échanges entre les entreprises et les Hautes-Ecoles/Universités permettent de mener des activités de recherche et de développement.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Pas d'accord du tout | <input type="radio"/> Pas d'accord |
| <input type="radio"/> Plutôt pas d'accord | <input type="radio"/> Plutôt d'accord |
| <input type="radio"/> D'accord | <input type="radio"/> Tout à fait d'accord |



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

Conditions cadres à la compétitivité économique territoriale.

43. J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Accès aux clients / proximité de la clientèle | <input type="checkbox"/> Accessibilité (aéroport, routes, train...) |
| <input type="checkbox"/> Beauté du paysage | <input type="checkbox"/> Coût de la vie |
| <input type="checkbox"/> Coût du travail (salaires et charges sociales) | <input type="checkbox"/> Fiscalité |
| <input type="checkbox"/> Moyens de communication modernes | <input type="checkbox"/> Politique libérale (peu d'interventionnisme de l'Etat) |
| <input type="checkbox"/> Potentiel d'innovation | <input type="checkbox"/> Qualité de la main-d'oeuvre |
| <input type="checkbox"/> Qualité de vie | <input type="checkbox"/> Qualité des infrastructures |
| <input type="checkbox"/> Quantité de main-d'oeuvre disponible | <input type="checkbox"/> Synergies avec d'autres entreprises établies dans ce lieu |

44. Mon entreprise exporte (à l'étranger ou hors canton) :

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> 0% de sa production | <input type="radio"/> Entre 0% et 25% de sa production |
| <input type="radio"/> Entre 25% et 50% de sa production | <input type="radio"/> Entre 50% et 75% de sa production |
| <input type="radio"/> Plus de 75% de sa production | <input type="radio"/> Non concerné |

Données personnelles de l'entreprise.

45. Mon entreprise est située dans le canton suivant.

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> FR | <input type="radio"/> GE |
| <input type="radio"/> JU | <input type="radio"/> NE |
| <input type="radio"/> VD (agglomération lausannoise) | <input type="radio"/> VD (hors agglomération lausannoise) |
| <input type="radio"/> VS | |

46. Mon entreprise est active dans le secteur d'activités suivant.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Agriculture, sylviculture et pêche | <input type="radio"/> Industries extractives |
| <input type="radio"/> Industrie manufacturière | <input type="radio"/> Production et distribution d'électricité, gaz, vapeur, air conditionné |
| <input type="radio"/> Production et distribution d'eau, assainissement, gestion des déchets et dépollution | <input type="radio"/> Construction |
| <input type="radio"/> Commerce, réparation d'automobiles et de motocycles | <input type="radio"/> Transport et entreposage |
| <input type="radio"/> Hébergement et restauration | <input type="radio"/> Information et communication |
| <input type="radio"/> Activités financières et d'assurance | <input type="radio"/> Activités immobilières |
| <input type="radio"/> Activités spécialisées, scientifiques et techniques | <input type="radio"/> Activités de services administratifs et de soutien |
| <input type="radio"/> Enseignement | <input type="radio"/> Santé humaine et activités récréatives |
| <input type="radio"/> Autres activités de services | <input type="radio"/> Autre |

47. Mon entreprise est active sur le marché suivant.

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Produits classiques (peu technologiques) sur un marché avec beaucoup de concurrence | <input type="radio"/> Produits classiques (peu technologiques) sur un marché avec peu de concurrence |
| <input type="radio"/> Produits technologiques (de pointe) sur un marché avec beaucoup de concurrence | <input type="radio"/> Produits technologiques (de pointe) sur un marché avec peu de concurrence |
| <input type="radio"/> Marché des services | |

48. Nombre d'employés de mon entreprise (équivalent plein-temps)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> Entre 1 et 5 employés |
| <input type="radio"/> Entre 5 et 10 employés | <input type="radio"/> Entre 10 et 20 employés |
| <input type="radio"/> Entre 20 et 50 employés | <input type="radio"/> Entre 50 et 100 employés |
| <input type="radio"/> Plus de 100 employés | |

49. Mon entreprise a été créée il y a :

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Moins d'1 an | <input type="radio"/> Plus d'1 an et moins de 3 ans |
| <input type="radio"/> Plus de 3 ans et moins de 5 ans | <input type="radio"/> Plus de 5 ans et moins de 10 ans |
| <input type="radio"/> Plus de 10 ans | |

50. Mon entreprise est située dans l'une des zones suivantes.

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Dans un parc technologique | <input type="radio"/> Dans un parc industriel |
| <input type="radio"/> Dans un business centre | <input type="radio"/> Autre (tous les autres cas) |



Ressenti des PME de Suisse Romande en matière de promotion économique endogène.

51. A sa création, mon entreprise était une start-up.

oui

non

52. Aujourd'hui, mon entreprise est une start-up.

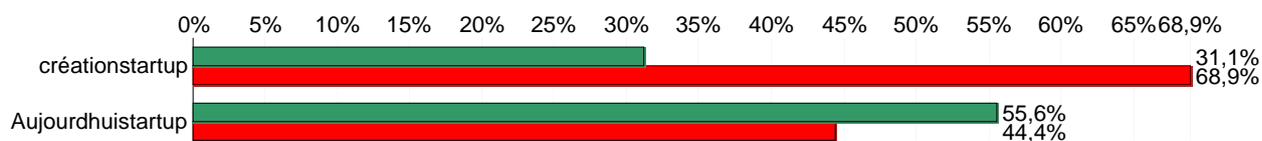
oui

non

13.3. Tableaux à plat et tableaux croisés

Annexe A :

	oui	non
créationstartup	19	42
Aujourdhuistartup	10	8



Annexe B :

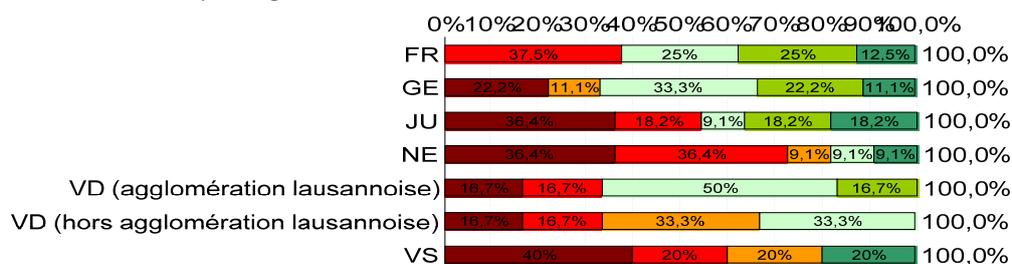
Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

Mon entreprise est située dans le canton suivant.

	Pas du tout	Pas	Plutôt pas	Plutôt oui	Oui	Tout à fait
FR	0	3	0	2	2	1
GE	2	0	1	3	2	1
JU	4	2	0	1	2	2
NE	4	4	1	1	0	1
VD (agglomération lausannoise)	1	1	0	3	1	0
VD (hors agglomération lausannoise)	1	1	2	2	0	0
VS	4	2	2	0	0	2

$p = 40,4\%$; $\chi^2 = 31,22$; $ddl = 30$ (NS)

La relation n'est pas significative.

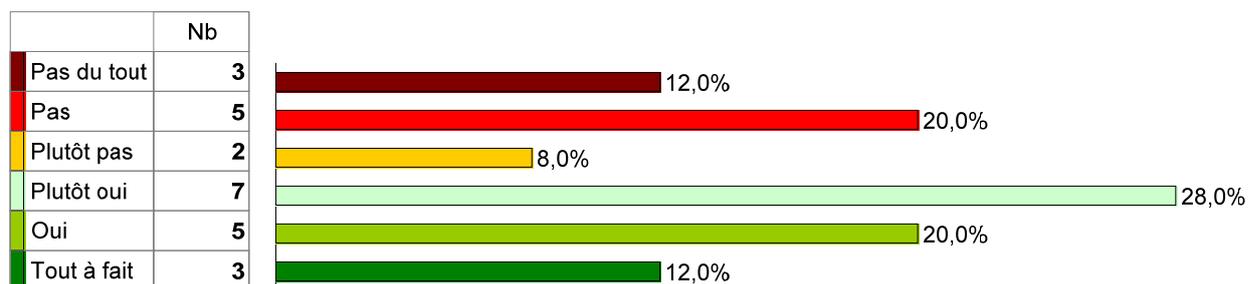


Annexe C1 : Entreprises technologiques

Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

Entreprises technologiques

Moyenne = 3,60 'Plutôt oui' Ecart-type = 1,61

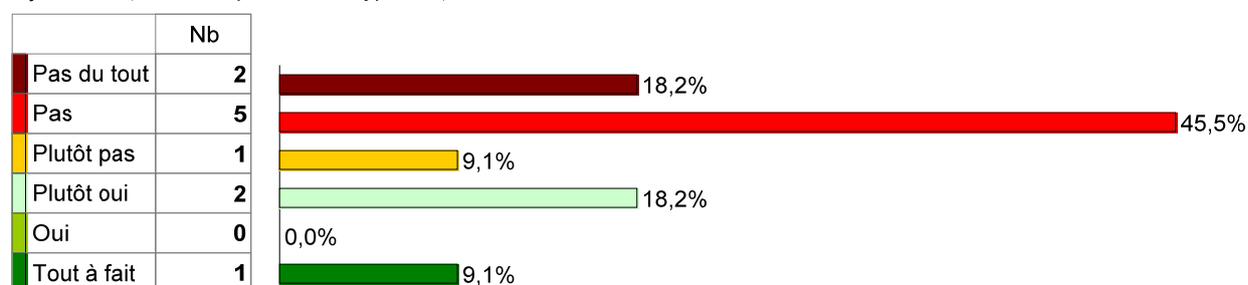


Annexe C2 : Entreprises classiques

Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

Entreprises classiques (non technologiques)

Moyenne = 2,64 'Plutôt pas' Ecart-type = 1,50

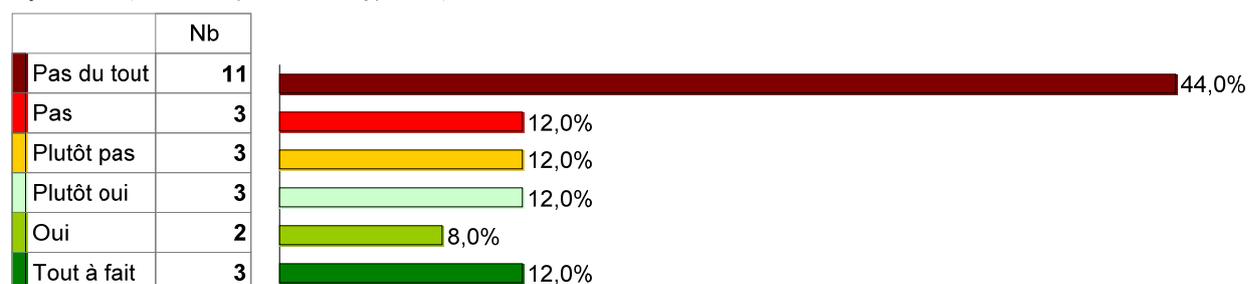


Annexe C3 : Entreprises des services

Je connais les aides proposées aux entreprises par le service de promotion économique de mon canton.

Entreprises de services

Moyenne = 2,64 'Plutôt pas' Ecart-type = 1,85



Annexe D1 : Entreprises technologiques

Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : 100,0%



Annexe D2 : Entreprises classiques

Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	% cit.	
oui	3	27,3%	 27,3%
non	8	72,7%	 72,7%

Annexe D3 : Entreprises des services

Par le passé, mon entreprise a déjà sollicité une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	% cit.	
oui	0	0,0%	 0,0%
non	25	100,0%	 100,0%

Annexe E1 : Entreprises technologiques

Par le passé, mon entreprise a obtenu une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, information sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : **40,0%**

	Nb	% cit.	
oui	10	100,0%	 100,0%
non	0	0,0%	 0,0%

Annexe E2 : Entreprises classiques

Par le passé, mon entreprise a obtenu une aide du service cantonal de promotion économique (information sur les procédures administratives, information sur les moyens de financement, orientation vers un organisme de coaching, aides financières,...)

Taux de réponse : **27,3%**

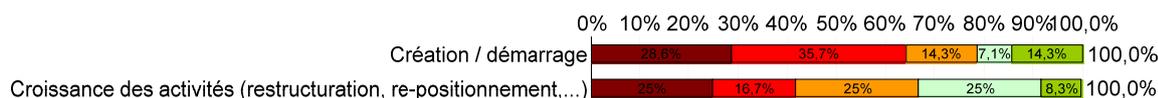
	Nb	% cit.	
oui	3	100,0%	 100,0%
non	0	0,0%	 0,0%

Annexe F : Entreprises technologiques

	Information sur les processus et démarches administratives	Orientation vers un organisme de coaching ou d'accompagnement (OPI, Platinn, Genilem, CTI, Fri Up, incubateurs d'entreprises, ...)	Aides financières directes du service de promotion économique cantonal (cautionnement, prise en charge d'intérêts, subvention, prêts sans intérêt,...)	Orientation vers un organisme d'aides financières (FAE, Capital proximité, Fondation pour l'innovation technologique, Venture Kick, Polytech Ventures, Business Angels,...)	Allègements fiscaux	Autre
Création / démarrage	4	5	2	1	2	0
Croissance des activités (restructuration, re-positionnement,...)	3	2	3	3	1	0

p = 58,8% ; chi2 = 2,82 ; ddl = 4 (NS)

La relation n'est pas significative.

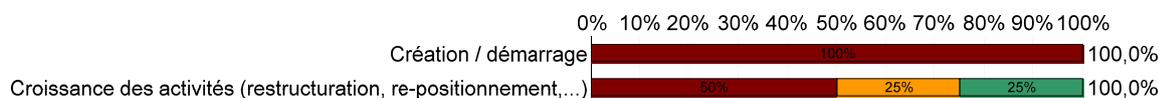


Annexe G : Entreprises classiques

	Information sur les processus et démarches administratives	Orientation vers un organisme de coaching ou d'accompagnement (OPI, Platinn, Genilem, CTI, Fri Up, incubateurs d'entreprises, ...)	Aides financières directes du service de promotion économique cantonal (cautionnement, prise en charge d'intérêts, subvention, prêts sans intérêt,...)	Orientation vers un organisme d'aides financières (FAE, Capital proximité, Fondation pour l'innovation technologique, Venture Kick, Polytech Ventures, Business Angels,...)	Allègements fiscaux	Autre
Création / démarrage	1	0	0	0	0	0
Croissance des activités (restructuration, re-positionnement,...)	2	0	1	0	0	1

p = 65,9% ; chi2 = 0,83 ; ddl = 2 (NS)

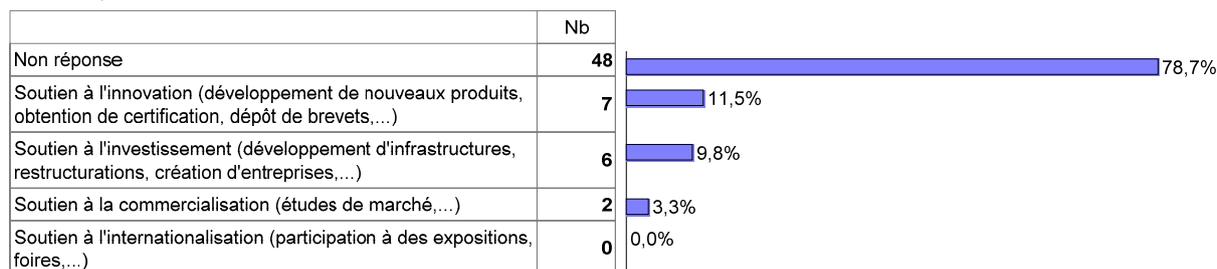
La relation n'est pas significative.



Annexe H :

Mon entreprise a sollicité cette aide dans le but suivant.

Taux de réponse : 21,3%

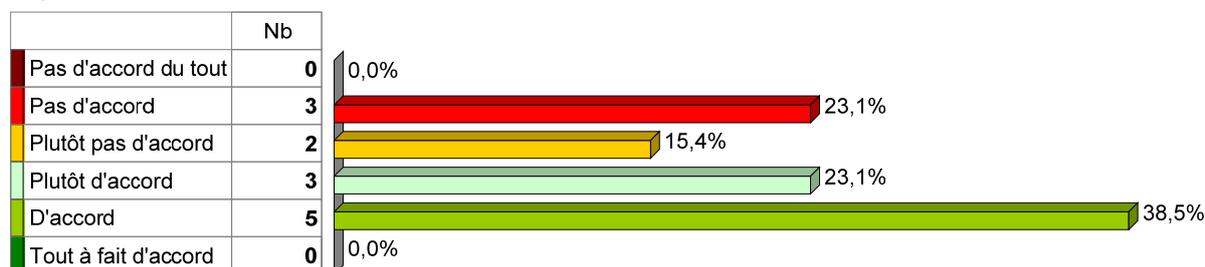


Annexe I :

L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet "déclencheur". Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé.

Taux de réponse : 21,3%

Moyenne = 3,77 'Plutôt d'accord' Ecart-type = 1,24



Annexe J :

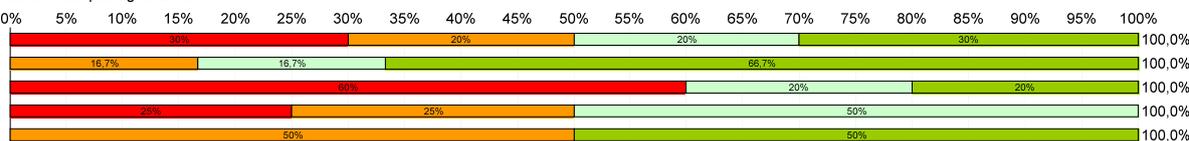
L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet "déclencheur". Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement pas réalisé.

L'aide que mon entreprise a obtenue par le service cantonal de promotion économique a été accordée sous forme de :

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Information sur les processus et démarches administratives	0	3	2	2	3	0
Orientation vers un organisme de coaching ou d'accompagnement (OPI, Platinn, Genilem, CTI, Fri Up, incubateurs d'entreprises, ...)	0	0	1	1	4	0
Aides financières directes du service de promotion économique cantonal (cautionnement, prise en charge d'intérêts, subvention, prêts sans intérêt,...)	0	3	0	1	1	0
Orientation vers un organisme d'aides financières (FAE, Capital proximité, Fondation pour l'innovation technologique, Venture Kick, Polytech Ventures, Business Angels,...)	0	1	1	2	0	0
Allègements fiscaux	0	0	1	0	1	0

p = 51,3% ; chi2 = 14,16 ; ddl = 15 (NS)

La relation n'est pas significative.



Annexe K :

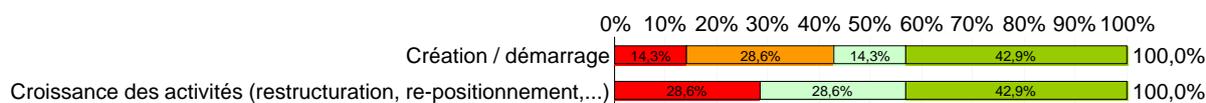
Mon entreprise a sollicité une aide du service cantonal de promotion économique dans la phase suivante de sa vie.

L'aide que mon entreprise a reçue a eu un effet "déclencheur". Sans cette aide, mon entreprise n'aurait probablement jamais été créée ou le projet ne se serait probablement jamais réalisé.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Création / démarrage	0	1	2	1	3	0
Croissance des activités (restructuration, re-positionnement,...)	0	2	0	2	3	0

p = 44,6% ; chi2 = 2,67 ; ddl = 3 (NS)

La relation n'est pas significative.



Annexe L :

L'incubateur que mon entreprise a fréquenté lui a permis de :

Taux de réponse : 16,4%

'Bénéficiaire de l'expérience de coachs' (4 citations)

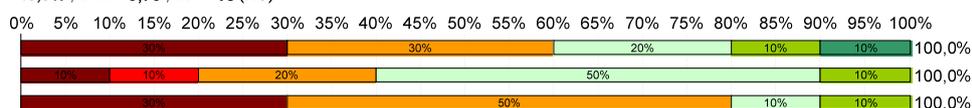
	Nb	% obs.
Bénéficiaire de l'expérience de coachs	4	6,6%
Bénéficiaire d'un soutien matériel (financement, locaux)	4	6,6%
Nouer des contacts professionnels avec d'autres start-up	2	3,3%
Accroître son réseau de contacts professionnels	0	0,0%

Annexe M :

Dans l'incubateur, mon entreprise a reçu un coaching indispensable à sa création.
 Les prestations que l'incubateur a offertes à mon entreprise, lui ont permis de pérenniser ses activités à long terme.
 Si mon entreprise n'avait pas intégré un incubateur, elle n'aurait probablement jamais vu le jour.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Dans l'incubateur, mon entreprise a reçu un coaching indispensable à sa création.	3	0	3	2	1	1
Les prestations que l'incubateur a offertes à mon entreprise, lui ont permis de pérenniser ses activités à long terme.	1	1	2	5	1	0
Si mon entreprise n'avait pas intégré un incubateur, elle n'aurait probablement jamais vu le jour.	3	0	5	1	1	0

p = 45,9% ; chi2 = 9,79 ; ddl = 10 (NS)



Annexe N : Entreprises technologiques

Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit investir dans la recherche et le développement :

	Nb	% cit.
Moins de 10% de son budget de fonctionnement	9	36,0%
Entre 10% et 25% de son budget de fonctionnement	10	40,0%
Entre 25% et 50% de son budget de fonctionnement	5	20,0%
Entre 50% et 75% de son budget de fonctionnement	0	0,0%
Plus de 75% de son budget de fonctionnement	1	4,0%

Annexe O : EntrepriseCluster

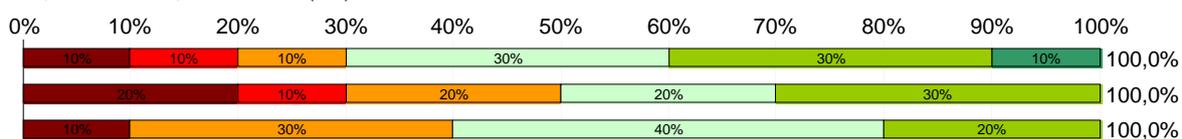
Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle.

Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun.

Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Mon entreprise collabore beaucoup avec d'autres entreprises du même secteur qu'elle.	1	1	1	3	3	1
Les échanges professionnels avec d'autres entreprises du même secteur d'activités permettent, à mon entreprise, de mener des activités de recherche et de développement en commun.	2	1	2	2	3	0
Les synergies avec d'autres entreprises permettent à mon entreprise de diminuer ses coûts.	1	0	3	4	2	0

p = 86,2% ; chi2 = 5,42 ; ddl = 10 (NS)



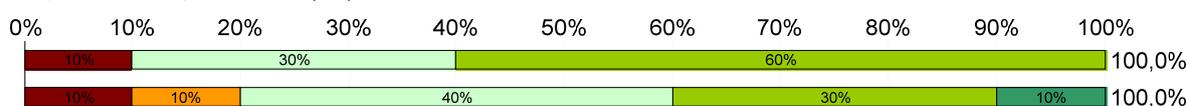
Annexe P :

Grâce à son appartenance à un cluster, mon entreprise trouve de nouveaux partenaires.

Le cluster favorise l'émergence d'idées nouvelles et est propice à l'innovation.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
clusterpartenaire	1	0	0	3	6	0
clusterinnovation	1	0	1	4	3	1

p = 53,4% ; chi2 = 3,14 ; ddl = 4 (NS)



Annexe Q :

La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.
 Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover (création de nouveaux produits, amélioration des processus de production,...)
 Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat (ou de l'un de ses partenaires).
 Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes-Ecoles ou des Universités.
 Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.	0	3	8	15	20	15
Pour rester compétitive sur son marché, mon entreprise doit constamment innover (création de nouveaux produits, amélioration des processus de production,...)	1	4	9	8	25	14
Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de bénéficier d'un soutien financier de l'Etat (ou de l'un de ses partenaires).	10	9	12	10	10	10
Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec des Hautes-Ecoles ou des Universités.	5	8	12	14	12	10
Pour effectuer des activités de recherche et de développement, il est important de collaborer avec d'autres entreprises du même secteur d'activités.	6	9	18	10	10	8

p = 0,2% ; chi2 = 43,07 ; ddl = 20 (TS)



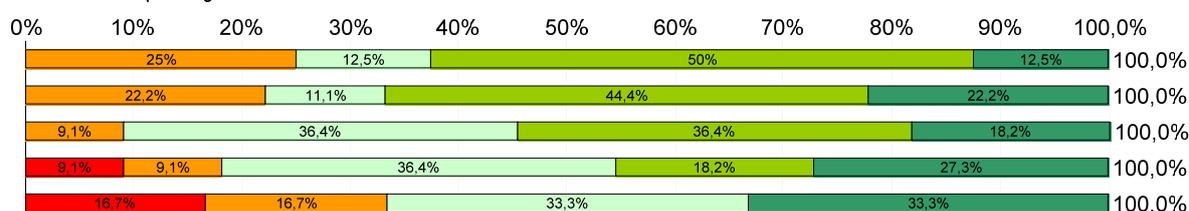
Annexe R : Entreprises technologiques

La concurrence sur le marché sur lequel mon entreprise est active est féroce.
Mon entreprise est située dans le canton suivant.

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
FR	0	0	2	1	4	1
GE	0	0	2	1	4	2
JU	0	0	1	4	4	2
NE	0	1	1	4	2	3
VD (agglomération lausannoise)	0	1	1	2	0	2

p = 91,2% ; chi2 = 15,29 ; ddl = 24 (NS)

La relation n'est pas significative.

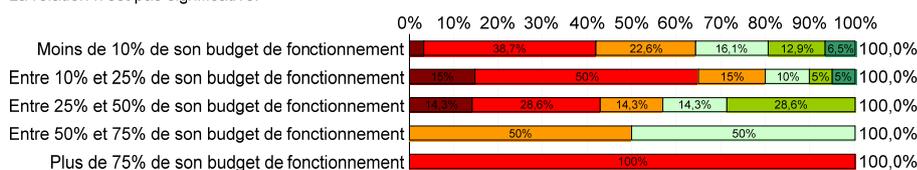


Annexe S : Entreprises technologiques

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Moins de 10% de son budget de fonctionnement	1	12	7	5	4	2
Entre 10% et 25% de son budget de fonctionnement	3	10	3	2	1	1
Entre 25% et 50% de son budget de fonctionnement	1	2	1	1	2	0
Entre 50% et 75% de son budget de fonctionnement	0	0	1	1	0	0
Plus de 75% de son budget de fonctionnement	0	1	0	0	0	0

p = 90,5% ; chi2 = 12,32 ; ddl = 20 (NS)

La relation n'est pas significative.

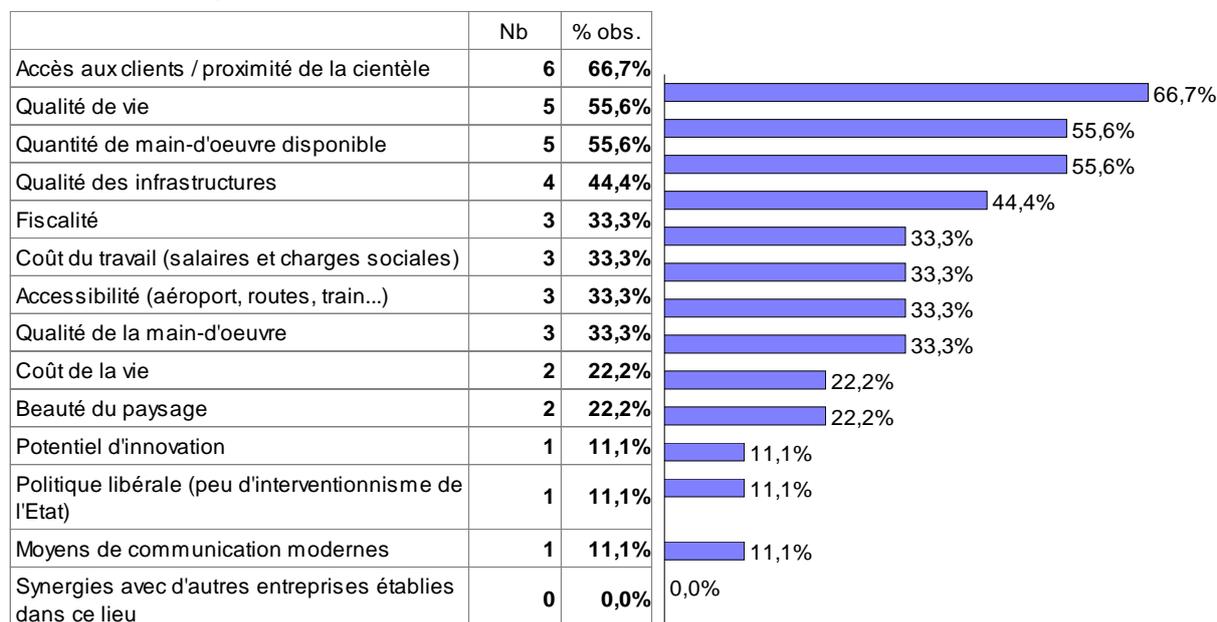


Annexe T1 : Grandes entreprises

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

Taux de réponse : **100,0%**

'Accès aux clients / proximité de la clientèle' (6 citations)

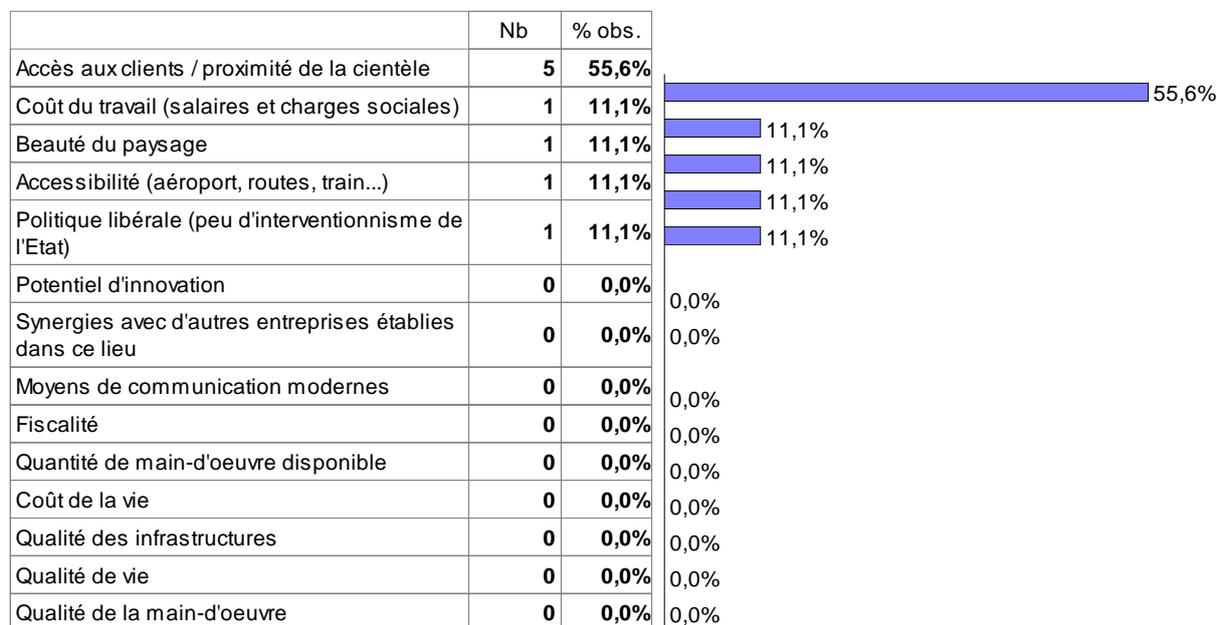


Annexe T2 : Grandes entreprises et citation en 1ère position

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

Taux de réponse : **100,0%**

'Accès aux clients / proximité de la clientèle' (5 citations)

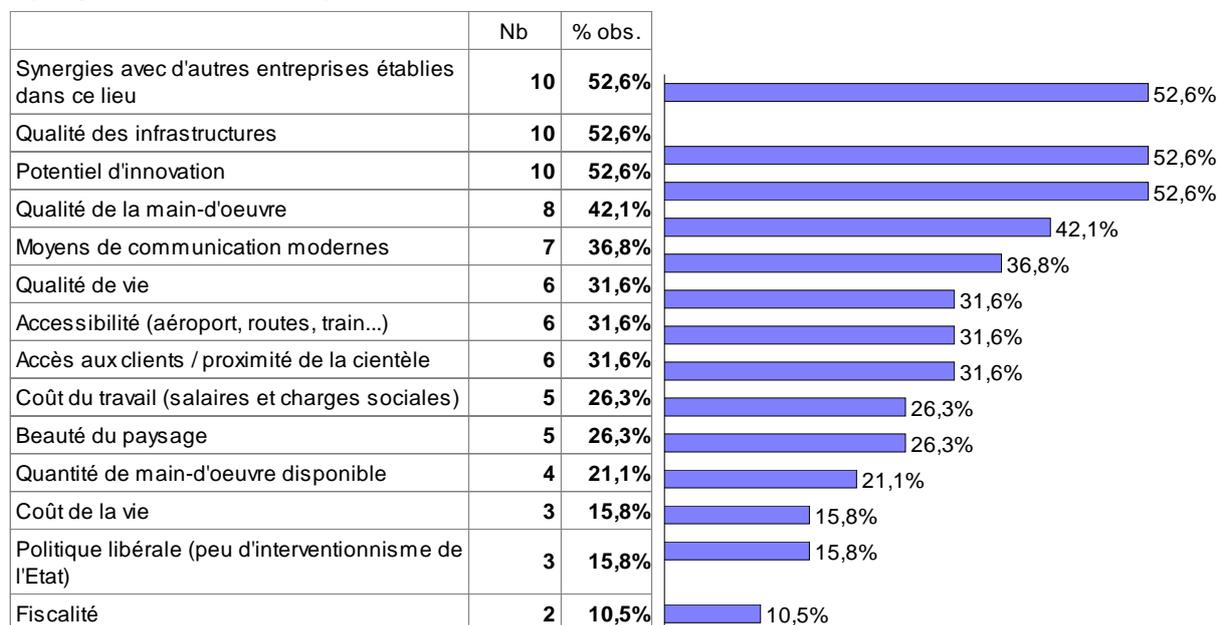


Annexe U1 : Startup création

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

Taux de réponse : **100,0%**

'Synergies avec d'autres entreprises établies dans ce lieu' (10 citations)

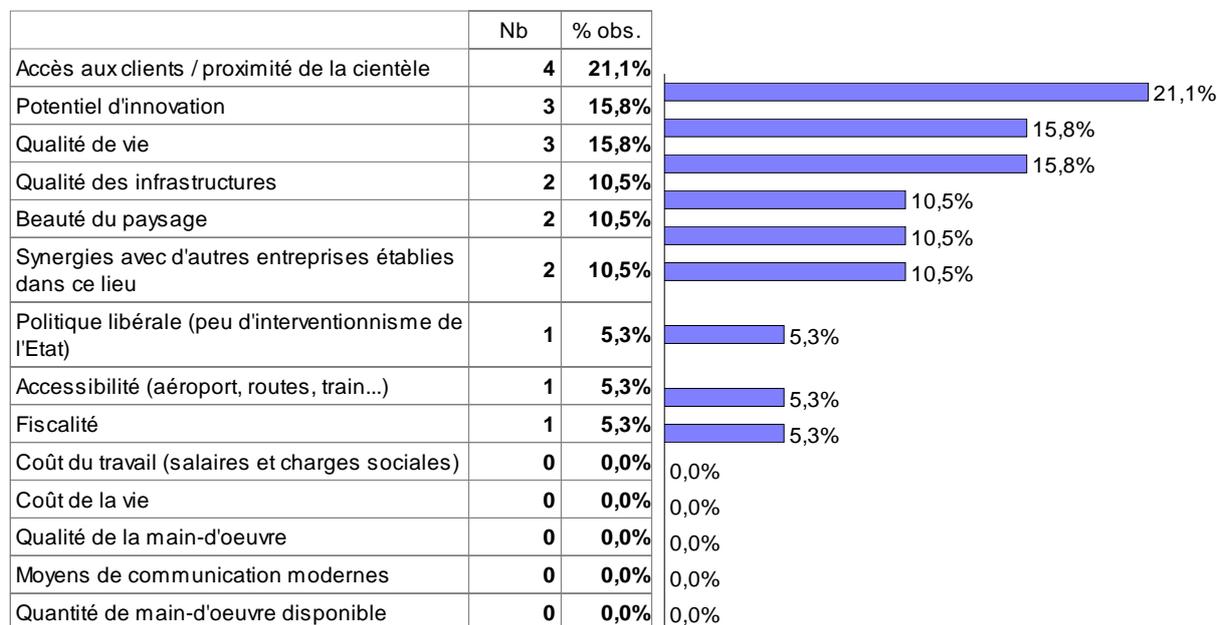


Annexe U2 : Start-up et citation en 1ère position

J'ai choisi d'implanter mon entreprise dans ce lieu pour les raisons suivantes.

Taux de réponse : **100,0%**

'Accès aux clients / proximité de la clientèle' (4 citations)



13.4. Suivi des heures effectuées

		20.09	27.09	4.10	11.10	18.10	25.10	1.11	8.11	15.11	22.11	29.11	6.12	13.12	20.12	27.12	3.01	10.01	17.01
Dates		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		26.09	3.10	10.10	17.10	24.10	31.10	7.11	14.11	21.11	28.11	5.12	12.12	19.12	26.12	2.01	9.01	16.01	23.01
Nbre d'heures		17 h	17 h	17 h	20 h	20 h	20 h	25 h	20 h	20 h	20 h	17 h	17 h	17 h	30 h	30 h	17 h	17 h	17 h
état de l'art	51 h																		
design de recherche et hypothèses	20 h																		
élaboration du guide d'entretien pour l'enquête qualitative	20 h																		
élaboration du questionnaire d'enquête quantitative	20 h																		
enquête qualitative + PV	25 h																		
enquête quantitative	en ligne																		
analyse des résultats de l'enquête qualitative	70 h																		
analyse des résultats de l'enquête quantitative	70 h																		
élaboration du modèle	47 h																		
conclusion	10 h																		
introduction + relecture + divers	25 h																		

TOTAL

358.00 h