

Relations interentreprises dans des activités économiques sélectionnées

Statistiques en bref

INDUSTRIE, COMMERCE ET SERVICES

57/2007

Auteur

Manfred SCHMIEMANN

Contenu

Les relations stimulent la compétitivité des entreprises 1

Propension des entreprises à nouer des relations de longue durée avec d'autres firmes 2

Types de relations interentreprises 3

Les raisons pour nouer des relations avec d'autres entreprises 4

Obstacles à l'établissement de relations avec d'autres entreprises 5

Impact perçu des relations inter-entreprises sur la compétitivité..... 6

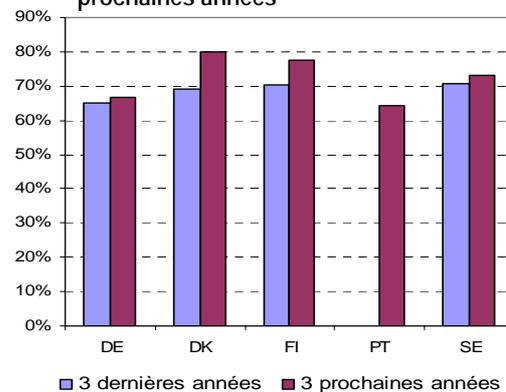
Points importants

- Les entreprises perçoivent l'impact des relations interentreprises* sur leur compétitivité de manière très positive: les deux tiers d'entre elles environ s'attendent, grâce à ces relations, à voir leur compétitivité s'accroître ces trois prochaines années.
- Plus l'entreprise est importante, plus elle aura de chances de nouer des relations de longue durée.
- L'existence de relations interentreprises est plus fréquente dans le secteur de la transformation des combustibles ainsi que pour certains services professionnels, et moins fréquente dans la restauration, l'hôtellerie et la distribution.
- Une « meilleure flexibilité » constitue la raison la plus souvent invoquée pour l'établissement de relations avec d'autres entreprises.
- L'externalisation comme donneur ou comme preneur d'ordre et les relations de courte durée qui s'en suivent constituent le type de relations interentreprises le plus pratiqué.
- La « disponibilité de partenaires appropriés » ainsi que la « nécessité ou la volonté de rester indépendant » comptent parmi les obstacles principaux à l'établissement de relations interentreprises.

Les relations stimulent la compétitivité des entreprises

La mondialisation et l'avènement d'une économie fondée sur la connaissance poussent les entreprises à rechercher de nouveaux moyens d'accroître leur compétitivité. Le premier de ces moyens est de nouer des relations à long terme avec d'autres entreprises, comme par exemple l'externalisation ou la mise en réseau de leurs activités, les deux concernant l'activité de base ou les fonctions de soutien tels que la vente, le marketing ou les TIC.

Gr. 1 Perception positive de l'impact des relations interentreprises sur la compétitivité au cours des trois dernières et trois prochaines années*



Source: Eurostat (SSE)

*Proportion des entreprises estimant que leurs relations avec d'autres entreprises exerceront un impact positif sur leur compétitivité par rapport au nombre total des entreprises en mesure d'apprécier cet impact.

L'importance des relations inter-entreprises se dégage clairement de l'impact perçu de ces relations sur l'activité de base et sur la compétitivité des entreprises concernées.

Dans les cinq États membres participant à l'enquête, 60 à 70 pour cent des entreprises qui étaient en mesure d'évaluer cet impact ont répondu favorablement lorsqu'on leur a demandé de juger l'impact sur leurs activités au cours des trois dernières années (graphique 1).

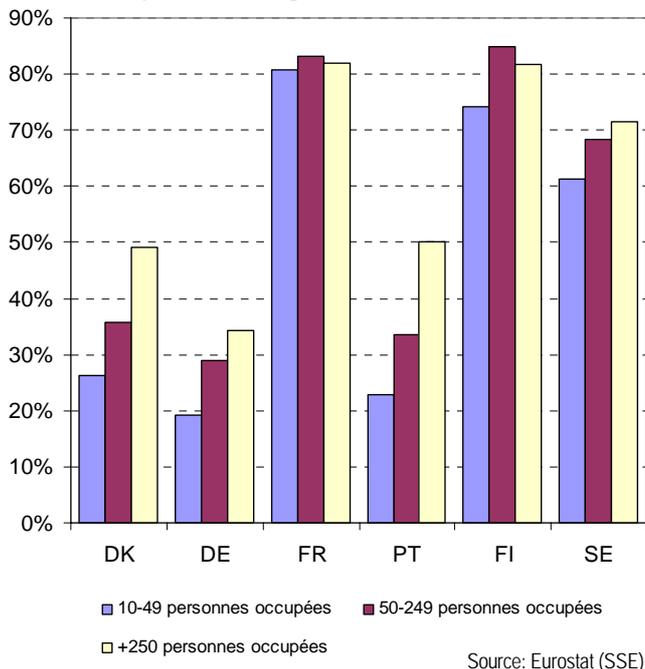
De plus, ce pourcentage augmente quand il s'agit d'apprécier l'impact pour les trois années à venir.

*Les relations interentreprises sont des relations entre entreprises hormis celles qui relèvent de la propriété légale et d'activités normales d'achat ou de vente de biens et services pour la consommation immédiate. Elle comprend l'externalisation en tant que donneur d'ordre, l'externalisation en tant que prestataire, franchisage, mise en réseaux, prise de licences, octroi de licences, joint-venture, ainsi que la coopération non permanente, mais excluent les relations entre société mère ou holding et leurs filiales. Cette publication présente les premiers résultats d'un sondage ad hoc effectué en 2003 au sujet de ces relations.



Propension des entreprises à nouer des relations de longue durée avec d'autres firmes

Gr. 2 : Propension des entreprises à nouer au moins un type de relation à long terme au niveau de leur activité de base, par classe de grandeur des effectifs



Établir des relations à long terme avec d'autres entreprises semble jouer un rôle plus important, ou peut-être représenter une option plus accessible, pour les entreprises relativement grandes (graphique 2). La proportion des entreprises qui ont noué au moins un type de relation à long terme tend à augmenter avec la taille de l'entreprise, les entreprises ayant la taille la plus petite (entre 10 et 49 personnes) sont celles qui révèlent la propension la moins importante. Le Danemark et le Portugal offrent des exemples frappants de cette tendance car les entreprises de 10 à 49 collaborateurs y sont deux fois moins susceptibles de nouer des relations de ce type que les entreprises figurant dans la classe de grandeur des entreprises de plus de 250 salariés.

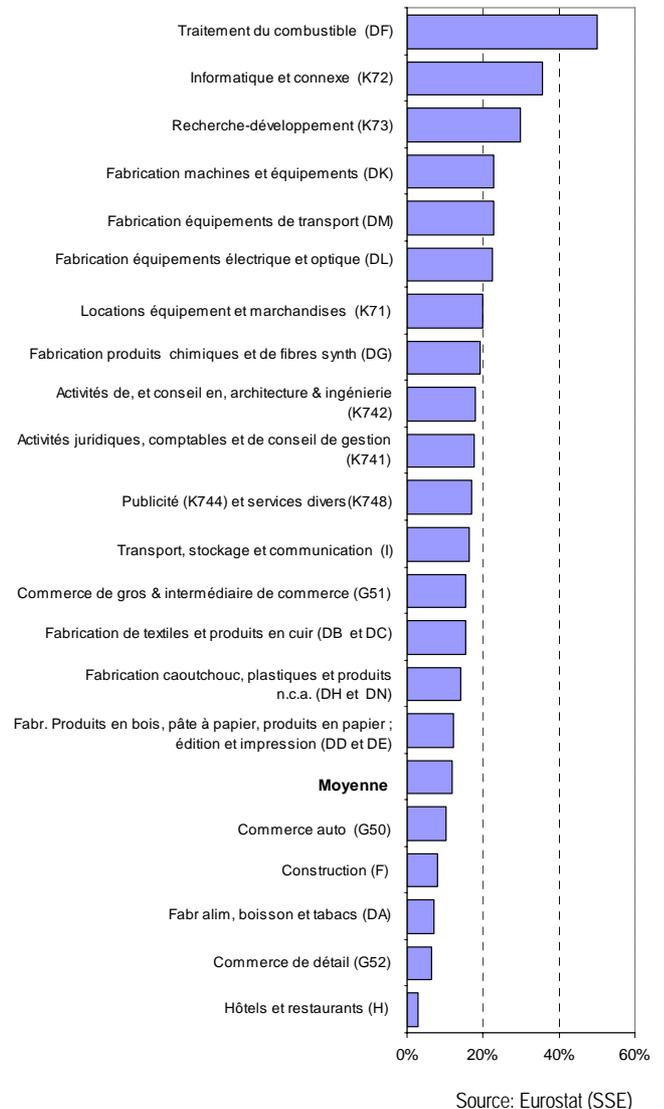
Au-delà de la taille, la différence du poids des relations interentreprises relève probablement d'un certain nombre de facteurs : présence plus ancienne sur le marché, propension accrue à externaliser certaines activités non centrales, et multiplication de relations à la suite de la formation d'alliances stratégiques ou de fusions.

La propension des entreprises à nouer des relations à long terme dépend aussi de l'activité économique. Comme le montre le cas de l'Allemagne sur le graphique 3, une moyenne de 12 % des entreprises a établi au moins un type de relation de longue durée, mais ce pourcentage passe à 50 % dans le secteur du traitement du combustible (catégorie DF de la NACE) et tombe à 3 % dans l'hôtellerie et la restauration (catégorie H).

Le poids accru des relations à long terme dans le secteur du traitement du combustible reflète

probablement la nature pérenne de cette activité. On peut s'attendre à ce qu'un secteur de grande importance pour l'économie doive nécessairement établir un certain nombre de partenariats stratégiques

Gr. 3 : Propension des entreprises à nouer au moins un type de relation de longue durée pour leur activité de base, secteurs économiques sélectionnés, Allemagne



afin de garantir l'approvisionnement en énergie. On peut aussi s'attendre à ce que les entreprises de ce secteur partagent des infrastructures (les obligeant à établir des relations à long terme). De plus, le traitement du combustible est également l'une des activités de fabrication dans lesquelles les grandes entreprises (250 salariés ou plus) sont les plus importantes en termes de valeur ajoutée et d'emploi de main-d'œuvre, et qui représentaient en 2003 environ cinq sixièmes de l'ensemble des entreprises du secteur.

Par contre, hormis un nombre relativement modeste de grandes chaînes ou franchises d'hôtels et de restaurants, les établissements de ce secteur tendent

le plus souvent à être de petites affaires familiales travaillant pour elles-mêmes. De fait, les PME (entreprises employant entre 1 et 249 personnes) représentaient en 2003 les quatre cinquièmes de ce secteur en termes de valeur ajoutée et d'effectifs. Les relations à long terme avec d'autres entreprises relevant de la même activité de base n'auraient guère d'intérêt, sauf dans certaines situations, tel que le dépassement des capacités d'accueil pour lesquelles des dispositions seraient prises avec d'autres hôtels où les clients de restaurants surchargés se verraient recommander d'autres établissements.

La comparaison approfondie des différentes activités économiques fait ressortir certains modèles qui incitent à la réflexion. C'est ainsi que certaines

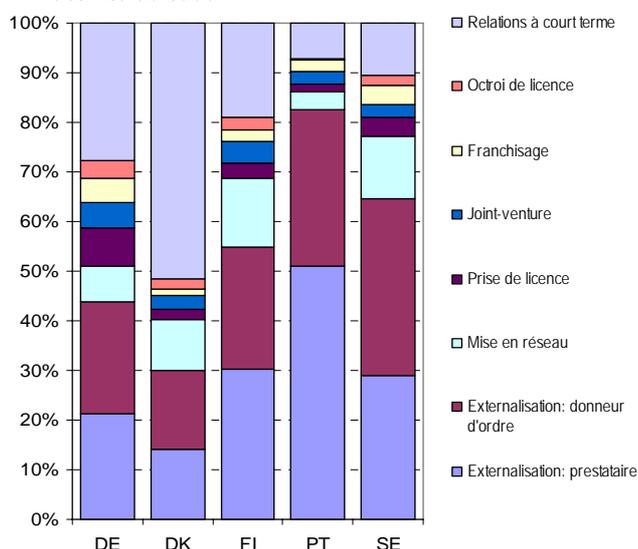
activités fondées sur la connaissance (informatique, recherche-développement) témoignent d'une propension relativement élevée à nouer des relations alors que les entreprises des trois secteurs du commerce de détail et de gros (G50 à G52) révèlent une tendance très inférieure en ce sens, cela s'expliquant peut-être par les mêmes raisons que celles applicables à l'hôtellerie et la restauration.

Ces modèles, marqués en particulier par une forte propension dans le domaine du traitement du combustible et par une faible propension dans celui de l'hôtellerie et de la restauration, se reproduisent à des degrés divers dans tous les pays couverts par l'enquête, avec cependant quelques exceptions.

Types de relations interentreprises

Les entreprises s'engagent dans différents types de relation à long terme en fonction de critères tels que l'adéquation de la relation ou la disponibilité des partenaires pour le projet envisagé. Sur les sept types de relation à long terme utilisés par ce sondage (graphique 4), l'externalisation (à la fois comme donneur et comme preneur d'ordre) est le type de relation qui prévaut le plus dans les cinq États membres participant à l'enquête. Parmi ces pays, c'est au Portugal que l'externalisation est la plus pratiquée, notamment à titre de preneur d'ordre. La mise en réseau constitue le troisième type de relation le plus fréquent, son rôle paraissant le plus important dans les pays scandinaves.

Gr. 4 : Propensions des entreprises à s'engager dans des types spécifiques* de relation inter-entreprises, par activité de base



Pas de données disponibles pour la France.

Source: Eurostat (SSE)

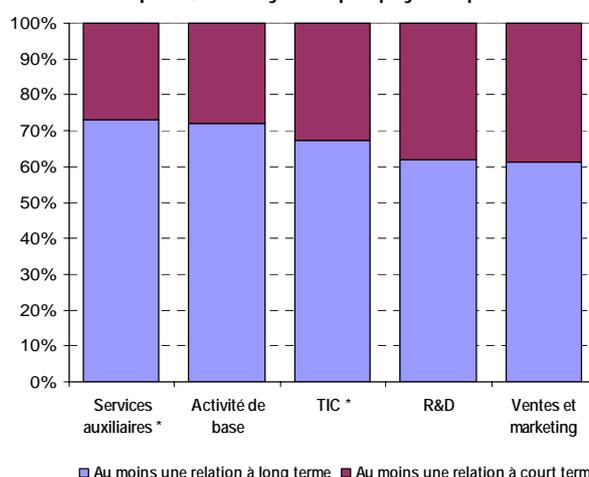
*Note : Cela ne reflète pas le nombre effectif de relations.

Le graphique 4 montre également la popularité des relations interentreprises de courte durée dans chaque pays, ces dernières constituant manifestement le premier type de relation pour les entreprises danoises, qui devançant largement l'externalisation. Dans une moindre mesure, les relations de courte durée sont

également plus importantes que les relations d'externalisation pour les entreprises allemandes.

L'importance des relations à long terme varie selon l'activité de base ou les fonctions de soutien (graphique 5). Parmi les entreprises liées par des relations à court et à long terme, 72 % ont au moins un type de relation à long terme pour l'activité de base. Toutefois, au niveau des diverses fonctions de soutien, ce taux varie de 73 % pour les services auxiliaires à 61 % pour les fonctions ventes et marketing.

Gr. 5 : La propension des entreprises à s'engager dans des relations à long ou à court terme, par activité d'entreprise, en moyenne par pays disponible



* à l'exclusion de la France.

Source: Eurostat (SSE)

Comme l'activité de base est essentielle à la survie de l'entreprise, cela explique pourquoi les relations à long terme sont relativement populaires: le fait de risquer le cœur de l'activité d'une entreprise dans ses relations avec d'autres entreprises nécessite des rapports de confiance qui sont plus susceptibles de s'établir dans la durée.

Par contre, quand il s'agit de fonctions de soutien, la moindre importance des relations à long terme à ce niveau reflète sans doute le fait que les fonctions de l'entreprise concernées portent sur des tâches ou des projets de nature généralement temporaire ou impliquant un moindre risque stratégique. On pense

par exemple à l'externalisation du nettoyage des bureaux par opposition à l'utilisation d'un cabinet d'expertise comptable pour vérifier les comptes de l'entreprise. Les réseaux d'agents impliqués à travers ces fonctions sont plus susceptibles de fluctuer dans le temps, probablement en raison d'offres concurrentielles ou de la spécificité des compétences requises à un moment donné.

Une analyse des types de relation par activité de base ou par fonction de soutien d'un pays à l'autre fait également ressortir certaines caractéristiques

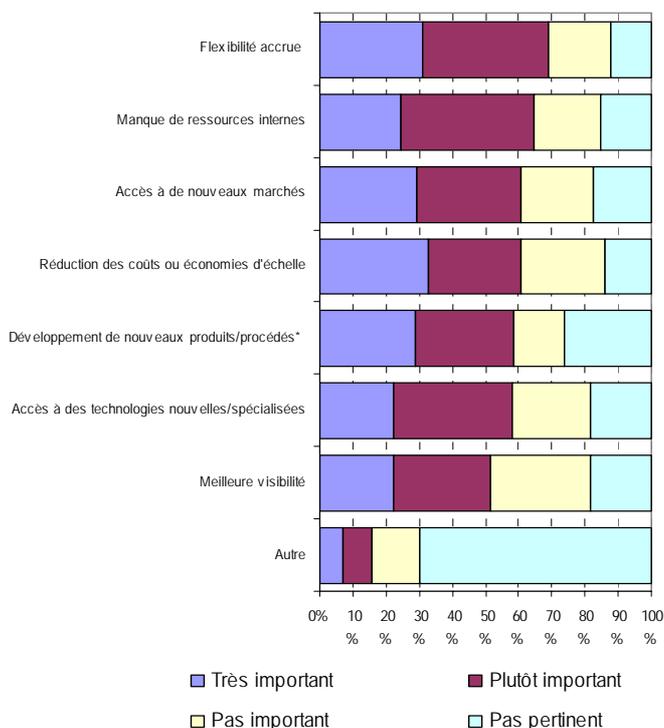
intéressantes. Bien que les relations à court terme soient nettement plus importantes dans les secteurs de la vente et du marketing, la recherche-développement et les TIC, ce qui est surtout le cas au Danemark, la mise en réseau est plus importante dans les secteurs de la vente, du marketing et des TIC, et c'est le plus frappant en Suède. En revanche, l'importance de l'externalisation au Portugal est la plus grande pour chaque fonction de soutien, et particulièrement pour les services auxiliaires.

Les raisons pour nouer des relations avec d'autres entreprises

L'établissement de relations avec d'autres entreprises est motivé par diverses raisons dont le but commun est d'accroître la compétitivité de l'entreprise. Parmi ces raisons figurent une meilleure flexibilité, des ressources ou compétences accrues, la réduction des prix de revient ou les économies d'échelles. Certaines des raisons paraissent être plus importantes que d'autres.

La « flexibilité accrue » est jugée très importante ou plutôt importante par une moyenne de 70 % des entreprises (graphique 6). La « flexibilité » signifie l'aptitude à réagir rapidement à des marchés en pleine évolution dans le cadre d'un environnement toujours plus concurrentiel, notamment en termes de diversification de produit, gestion de la chaîne d'approvisionnement, intégration verticale ou emplacement le plus économique des usines et réseaux de distribution.

Gr. 6 : Principales raisons des entreprises pour s'engager dans des relations interentreprises pour leur activité de base, moyenne des pays disponibles



* à l'exclusion de la France.

Source: Eurostat (SSE)

Le « manque de ressources internes » se situe au second rang des motifs (65 %). Les ressources dont il est question, se situent souvent au-delà de l'activité de base de l'entreprise et peuvent porter sur les études de marché, la logistique, le recrutement spécialisé et de nombreuses autres activités

Fait intéressant, la « visibilité accrue » est en revanche considérée comme de moindre importance dans de nombreux cas. Alors que l'effet de vitrine constitue naturellement le but visé par les fonctions de soutien que sont les services de la vente et du marketing, les entreprises peuvent aussi se rendre plus visibles au niveau de leur activité de base par les relations commerciales qu'elles ont établies grâce au portefeuille de clients ou de partenaires à travers lesquels elles peuvent se faire connaître.

Comme on le voit sur le tableau 1, certaines raisons sont jugées beaucoup plus importantes dans certains États que dans d'autres. En Allemagne par exemple, la « visibilité accrue » se classe au troisième rang des raisons les plus citées, alors qu'en Suède, ce troisième rang est occupé par l'« accès à des technologies nouvelles/spécialisées ».

Tableau 1: Raisons les plus souvent citées pour nouer des relations interentreprises, moyenne des pays disponibles

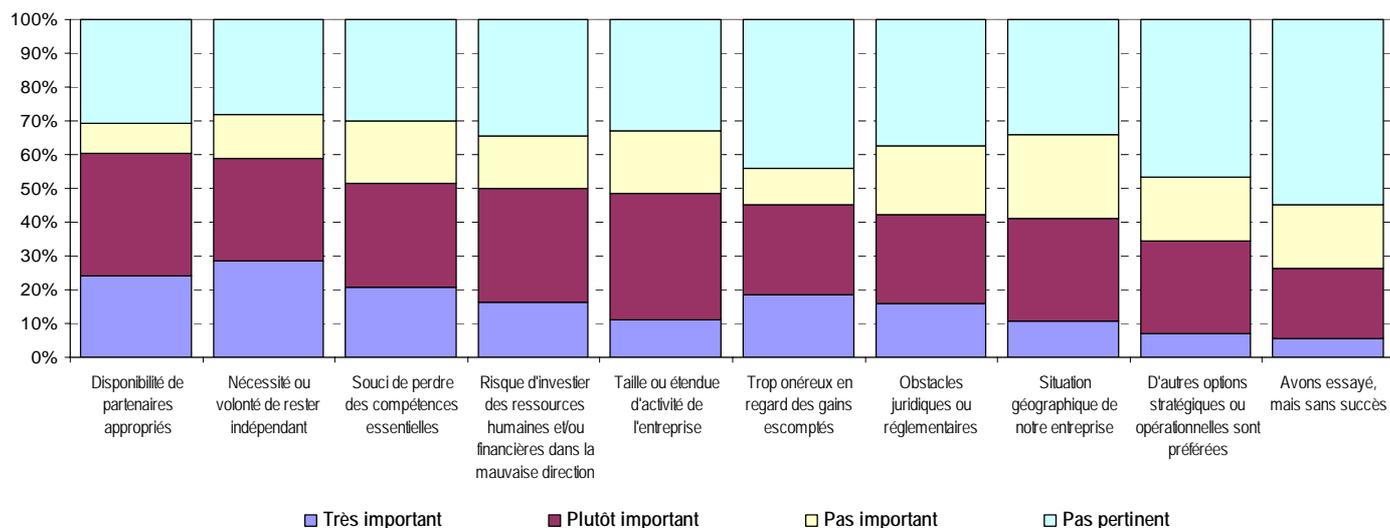
Pays	Rang	Raison (pourcentage)
Allemagne	1	Flexibilité accrue (78%)
	2	Réduction de coûts ou économies d'échelle/Manque de ressources internes (69% dans chaque cas)
	3	Meilleure visibilité (68%)
Danemark	1	Réduction des coûts ou économies d'échelle (81%)
	2	Flexibilité accrue (79%)
	3	Développement de nouveaux produits/procédés (71%)
Finlande	1	Réduction des coûts ou économies d'échelle (87%)
	2	Manque de ressources internes (86%)
	3	Meilleure visibilité (84%)
France*	1	Accès à de nouveaux marchés (57%)
	2	Manque de ressources internes (45%)
	3	Flexibilité accrue (41%)
Portugal	1	Manque de ressources internes (74%)
	2	Flexibilité accrue (64%)
	3	Réduction des coûts ou économies d'échelle (57%)
Suède	1	Flexibilité accrue (76%)
	2	Réduction des coûts ou économies d'échelle (73%)
	3	Accès à des technologies nouvelles/spécialisées (68%)

*sur la base d'une méthode différente

Source: Eurostat (SSE)

Obstacles à l'établissement de relations avec d'autres entreprises

Graphique 7: Principaux obstacles à l'établissement de relations interentreprises, moyenne des pays disponibles*



*DE, DK, FI, PT et SE.

Source: Eurostat (SBS)

Il arrive souvent que des entreprises ne puissent nouer des relations avec d'autres entreprises, par exemple parce qu'elles ne parviennent pas à trouver le partenaire adéquat, parce qu'elles s'inquiètent de la dilution de leur activité de base ou parce qu'elles rencontrent des difficultés réglementaires.

Aux yeux des entreprises, la « disponibilité en partenaires adéquats » vient en tête des obstacles « très importants » ou « plutôt importants », suivie de « la nécessité ou de la volonté de rester indépendant ». Environ 60 % des entreprises perçoivent ces éléments comme des obstacles (graphique 7).

L'obstacle le moins souvent cité, et perçu comme faisant problème par seulement 35 % des entreprises, est une tentative infructueuse pour nouer des relations interentreprises (« avons essayé mais sans succès »).

Le critère qui révèle peut-être la confiance des entreprises à nouer des relations avec des entreprises dans d'autres pays est l'obstacle « situation géographique de notre entreprise » qui est le plus souvent considéré comme « non important ». Cela reflète aussi, probablement, leur confiance à l'égard de la conclusion de relations avec des entreprises dans d'autres États membres de l'UE (et du bénéfice à tirer du marché intérieur, notamment d'échanges commerciaux sans entraves, de l'usage de l'euro, de la protection juridique, etc.) On peut également songer aux avantages offerts par l'Internet et par l'érosion des barrières linguistiques.

Si l'on regarde les États membres individuels, on constate que d'autres obstacles sont considérés comme plus importants que la « disponibilité en partenaires adéquats » ou « la nécessité ou la volonté de rester indépendant » (Tableau 2). Par exemple, selon les entreprises portugaises, « la taille ou l'étendue d'activité de notre entreprise » ainsi que

« la situation géographique de notre entreprise » sont les plus souvent cités comme obstacles principaux. Cela est également vrai pour les entreprises suédoises, pour lesquelles « la taille ou l'étendue d'activité de notre entreprise » figure au premier rang des obstacles cités.

Tableau 2 : Les trois premiers obstacles à l'établissement de relations interentreprises

Allemagne	1	Disponibilité de partenaires adéquats (65%)
	2	Nécessité ou volonté de rester indépendant (63%)
	3	Souci de perdre des compétences essentielles (53%)
Danemark	1	Risque d'investir des ressources humaines et/ou financières dans la mauvaise direction (50%)
	2	Nécessité ou volonté de rester indépendant (49%)
	3	Souci de perdre des compétences essentielles (48%)
Finlande	1	Disponibilité de partenaires appropriés (67%)
	2	Nécessité ou volonté de rester indépendant (65%)
	3	Risque d'investir des ressources humaines et/ou financières dans la mauvaise direction /Souci de perdre des compétences essentielles (64% dans chaque cas)
France*	1	Nécessité ou volonté de rester indépendant (59%)
	2	Taille ou étendue d'activité de l'entreprise (27%)
Portugal	1	Taille ou étendue d'activité de l'entreprise/Situation géographique de notre entreprise (74% dans chaque cas)
	2	Disponibilité de partenaires adéquats (47%)
	3	Trop onéreux au regard des gains escomptés (39%)
Suède	1	Taille ou étendue d'activité de l'entreprise (47%)
	2	Avons essayé, mais sans succès/Disponibilité de partenaires adéquats (39% dans chaque cas)
	3	Souci de perdre des compétences essentielles (34%)

*France: sur la base des données disponibles.

Source: Eurostat (SSE)

Impact perçu des relations interentreprises sur la compétitivité

Comme on l'a dit plus haut, il y a des raisons de penser que l'établissement de relations interentreprises va stimuler la compétitivité des entreprises concernées. C'est en tout cas ce qu'indique l'appréciation donnée par les entreprises sondées. Pour l'avenir, les entreprises se montrent encore plus optimistes sur les bienfaits de telles relations (voir page 1, graphique 1).

En examinant les divers secteurs d'activité économique tels qu'ils sont recensés par la NACE, on constate un certain nombre de différences prononcées d'un pays à l'autre entre les perceptions par les entreprises de l'impact des relations interentreprises sur leur compétitivité au niveau de leur activité de base. En Allemagne, par exemple, quand on analyse les tendances parmi les différents secteurs sondés (NACE D, F, G, H, I et K), les entreprises de construction (F) sont celles qui se montrent les moins positives sur l'impact de leurs relations sur leur compétitivité, aussi bien pour les trois années à venir que pour celles écoulées. L'enthousiasme est nettement plus prononcé dans les secteurs de la fabrication (D) et plus particulièrement les secteurs des services (G, H, I et K).

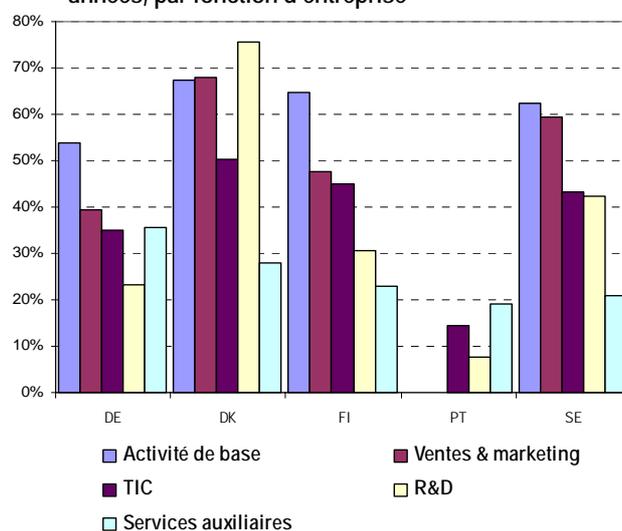
Par contre au Portugal, les entreprises de construction (F) et de distribution (G) sont celles qui se montrent les plus optimistes, car 77 % et 75 % d'entre elles prévoient respectivement que leurs relations interentreprises seront bénéfiques pour leur compétitivité ces trois prochaines années, alors que ce n'est le cas que de 50 % des entreprises de fabrication (D).

La perception de l'impact des relations interentreprises sur la compétitivité d'une entreprise donnée semble dépendre du niveau de ces relations : activité de base ou fonction de soutien. Comme le montre le graphique 8, l'impact des relations interentreprises sur la compétitivité ces trois dernières années est généralement perçu comme étant le plus important au niveau de « l'activité de base » et des services « vente et marketing ». Il est toutefois intéressant de noter qu'au Danemark, c'est par des relations au niveau de la fonction recherche-développement que la plupart des entreprises entrevoient un impact positif sur leur compétitivité.

Enfin, alors qu'on leur demande d'indiquer l'impact prévu des relations interentreprises sur leur compétitivité ces trois prochaines années, les entreprises considèrent également que c'est au niveau de leur « activité de base » que cet impact sera le plus important (graphique 9). Cependant, alors que pour les trois années passées, ce sont les fonctions « ventes et marketing » qui occupent généralement la seconde place dans les perceptions d'impact, pour les trois années à venir, c'est la fonction recherche-développement qui occupe cette place. Cela est non seulement le cas au Danemark, mais également en Finlande et en Suède, des pays offrant un environnement généralement favorable à l'innovation.

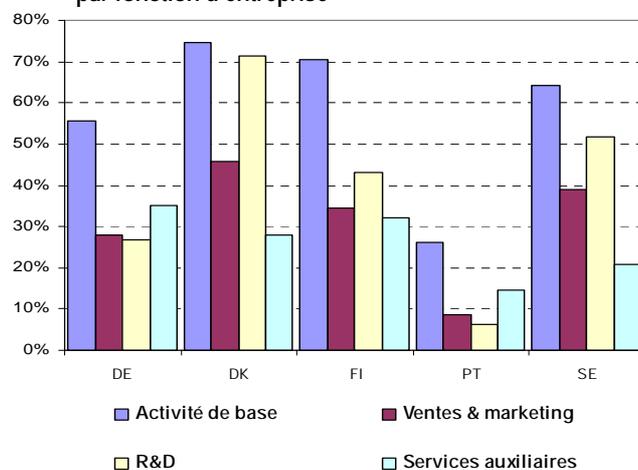
Fait intéressant, les entreprises aussi bien au Danemark qu'au Portugal sont légèrement moins optimistes sur l'impact de la fonction recherche-développement sur leur compétitivité en regardant vers l'avenir qu'en regardant vers le passé.

Gr. 8: Perception de l'impact des relations inter-entreprises sur la compétitivité au cours des trois dernières années, par fonction d'entreprise



Source: Eurostat (SSE)

Gr. 9: Impact attendu des relations interentreprises sur la compétitivité au cours des trois prochaines années, par fonction d'entreprise*



* à l'exclusion des TIC.

Source: Eurostat (SSE)

Pour conclure, ces premiers résultats de l'enquête ad hoc d'Eurostat sur les relations interentreprises offrent un début d'appréciation de l'étendue, de la nature et des tendances des relations interentreprises. Un certain nombre de modèles se dégagent, indiquant que la propension d'une entreprise à nouer des relations à long et à court terme dépend de la taille de cette entreprise, de son secteur d'activité et de la question de savoir si les relations intéressent l'activité de base ou des fonctions de soutien. L'analyse des motivations et des obstacles à l'établissement de relations interentreprises, ainsi que des perceptions dont l'impact de telles relations sur la compétitivité est l'objet, contribue à établir un schéma plus complet.

➤ CE QU'IL FAUT SAVOIR - NOTES MÉTHODOLOGIQUES

SOURCES DES DONNÉES

Tous les chiffres présentés proviennent d'Eurostat (sauf indication contraire). La plupart des sources de données sont continuellement mises à jour et révisées si nécessaire. Cette publication reflète l'état des données au mois d'octobre 2006.

Les Statistiques structurelles sur les entreprises (SSE) constituent la source principale de données pour cette publication, notamment des premiers résultats de l'enquête sur les relations interentreprises.

Cette enquête a été effectuée à la fin de 2003 par les instituts statistiques nationaux de six États membres de l'UE (Danemark, Finlande, France, Allemagne, Portugal et Suède). Il s'agissait d'une enquête à titre exceptionnel, mais il est possible qu'elle soit renouvelée à l'avenir. L'effectif des échantillons variait certes d'un pays à l'autre, mais atteignait quand même 10 000 dans les pays les plus importants.

Ces informations et d'autres séries de données SSE sont disponibles sous le thème Industrie, commerce et services sur le site Web Eurostat <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> (sélectionnez « Données »/ « Vue horizontale »/ « Statistiques structurelles sur les entreprises »). Des publications, données et information de contexte sélectionnées sont disponibles dans la section consacrée aux entreprises européennes, située directement sous le thème « Industrie, commerce et services » sur le site Eurostat.

MOYENNE

Sauf indication contraire, la "moyenne" porte sur 6 États membres dont les données sont le plus régulièrement disponibles pour la diffusion. Il s'agit de DE, DK, FI, FR, PT et SE.

SYMBOLES

“.” non disponibles ou confidentiels.

UNITÉ D'OBSERVATION

L'unité d'observation est constituée par l'entreprise. Une entreprise réalise une ou plusieurs activités sur un ou plusieurs sites. Les entreprises sont classées par secteur (suivant la NACE) en fonction de leur activité principale. Ne pas confondre une entreprise avec l'unité locale, qui est une entreprise ou partie de celle-ci située dans un lieu géographiquement identifié.

SECTEURS

Les statistiques sont présentées par secteur d'activité suivant le système de classification NACE Rév. 1.1. La population cible de l'enquête est définie comme une entreprise dont l'activité principale relève de l'un de 21 secteurs économiques distincts couvrant la fabrication (NACE D), la construction (F) ou les services (G-K mais excluant J). Les entreprises extractives (C) et d'approvisionnement énergétique (E) sont donc exclues du champ de l'enquête.

VARIABLES DES STATISTIQUES STRUCTURELLES SUR LES ENTREPRISES

Les deux variables utilisées dans cette publication sont :

Le nombre des personnes employées

Le nombre total des personnes travaillant dans l'unité d'observation, ainsi que les personnes qui travaillent en dehors de celle-ci mais qui lui appartiennent et sont rémunérées par elle. Ce nombre comprend les propriétaires travaillant dans l'unité, les travailleurs familiaux non

rémunérés, les travailleurs à temps partiel, les saisonniers, etc.

Valeur ajoutée au coût des facteurs

Le revenu brut des activités d'exploitation après ajustement pour tenir compte de subsides d'exploitation et impôts indirects (y compris la TVA).

QUESTIONNAIRE: ÉLÉMENTS PRINCIPAUX

Cette publication se fonde sur des données traitées à partir des questions suivantes, posées lors de l'enquête. Prière de noter que toutes les questions n'y sont pas reproduites.

1) Faites-vous partie d'un groupe d'entreprises?

Cette question avait pour but de restreindre le champ de l'enquête aux relations avec d'autres entreprises. Les relations au sein d'un même groupe sont donc exclues de l'enquête.

2) Types de relations interentreprises : Quels sont les types de relations que vous avez établis dans les domaines suivants de vos activités ?

Cette rubrique couvre sept types de relations (externalisation en tant que donneur d'ordre, externalisation en tant que prestataire, franchisage, mise en réseaux, prise de licences, octroi de licences, joint-venture) ainsi que la coopération non permanente. Le type de relation est à préciser pour l'activité de base de l'entreprise et pour ses fonctions de soutien (ventes et marketing, ICC, recherche-développement et services auxiliaires).

4) Les raisons pour s'engager dans des relations interentreprises

Cette question évalue l'importance des 11 raisons données (développement de nouveaux produits ou procédés, manque de ressources internes, meilleure visibilité, flexibilité accrue, réduction des coûts ou économies d'échelle, accès à de nouveaux marchés, accès à des compétences/technologies nouvelles ou spécialisées) ainsi que « autres ». L'entreprise classe les raisons données selon l'échelle suivante : « très important », « plutôt important », « pas important », « pas pertinent, ne sais pas ».

6) L'importance des relations interentreprises pour la compétitivité des entreprises.

Les questions concernant l'impact estimé sur la compétitivité de l'entreprise étaient posées pour les trois années passées et à venir pour l'activité de base et chacune des fonctions de soutien. L'échelle comporte six options, soit, « considérablement » et « plutôt » pour les augmentations et diminutions, « pas de changement », « pas pertinent, ne sais pas ».

8) Les obstacles tels que perçus qui empêchent ou dressent des barrières aux relations interentreprises

Ces obstacles étaient les suivants : relations possibles uniquement au sein du groupe ; situation géographique de notre entreprise ; taille ou étendue d'activité de notre entreprise ; disponibilité de partenaires adéquats ; barrières juridiques ou réglementaires ; crainte de perdre des compétences de base ou l'indépendance ; risque d'investir des ressources humaines et/ou financières dans une mauvaise direction ; tentative passée soldée par un échec ; nécessité ou volonté de rester indépendant ; préférence pour d'autres options stratégiques ou opérationnelles ; effort trop onéreux en comparaison des gains escomptés, autre. L'échelle comporte six options, soit, « considérablement » et « plutôt » pour les augmentations et diminutions, « pas de changement », « pas pertinent, ne sais pas ».

Pour en savoir plus :

Données : [Site Web EUROSTAT/Page d'accueil/Industrie, commerce et services/Données](#)

Industrie, commerce et services

-  **Industrie, commerce et services - vue horizontale**
-  **Thèmes spéciaux de Statistiques Structurelles d'Entreprises**
-  **Relations inter-entreprises**

Les journalistes peuvent contacter le service média support :

Bâtiment BECH, Bureau A4/125
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408
Fax (352) 4301 35349

E-mail: eurostat-mediasupport@ec.europa.eu

European Statistical Data Support:

Eurostat a mis en place, conjointement avec les membres du "Système statistique européen", un réseau de centres d'appui, qui couvrira presque tous les États membres et certains pays de l'AELE.

La mission de ces centres sera d'aider et d'orienter les utilisateurs qui se procureront des données statistiques européennes sur l'internet.

Vous trouverez sur notre site internet des informations sur ce réseau de centres d'appui:
<http://ec.europa.eu/eurostat/>

Une liste des bureaux de vente dans le monde est disponible à :

l'Office des publications officielles des Communautés européennes.

2, rue Mercier
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.europa.eu>
E-mail: info-info-opoce@ec.europa.eu
