

Enquête Immatériel la stratégie d'enquête

Emmanuel Raulin

3 novembre 2005



Interroger les groupes plutôt que leurs filiales !

- › Bon niveau décisionnel
- › Groupes français
 - leur stratégie mondiale en matière de dépenses immatérielles
- › Groupes étrangers
 - structuré en sous-groupe France ?
Considéré alors comme un groupe à part entière
 - simplement des filiales en France ?
Impact **sur le territoire français** de leur stratégie mondiale

Près de 2000 groupes interrogés

- › Groupes de plus de 3 filiales

- › 1244 groupes français

- › 659 groupes étrangers

- 900 [> 1000] salariés

- dont 58 groupes français [>10000] salariés

- 600 [250 ; 1000] salariés



Deux phases

- › L'enquête proprement dite,
- › Phase d'identification :
 - correspondant(s) : n-1, directeurs opérationnels, du développement stratégique, financier, etc.
 - sous-groupes : peu de sous-groupes : 17 sur les 58 groupes français (>10000), 14 de moins de 10000 ; en général 3-4 sous-groupes
 - fractionnements : peu de fractionnements : 35 (2-3 destinataires)
- › Phase fastidieuse, malgré un bon accueil

Deux phases

› De bons taux de réponse :

– 48.4% (GF), 36.1 (GE) (rappel : 32% sociétés indépendantes)

Industrie : 53%

Construction : 50%

Services : 45.2%

Commerce : 44.47%

– A taille égale, les groupes français ont toujours mieux répondu que les sociétés indépendantes, mais....

– ... plus de travail gestionnaire,

– ... délai de réponse plus long !

Conclusion (1/2)

- › Le niveau groupe était le bon niveau d'observation :
 - pas de remise en cause par les groupes
 - peu (très peu, trop peu ?) de découpage en sous-groupe
 - aucun groupe n'a «renvoyé» sur les filiales (sociétés juridiques)
- › Le niveau groupe est apparu «légitime» aux groupes eux-mêmes : pas d'étonnement !

Conclusion (2/2)

- › Les réponses des groupes sont plus longues à venir :
 - grandes entités
 - organisations complexes
 - le groupe veut «contrôler» la réponse
- › Des taux de réponse en retrait, car :
 - données stratégiques
 - enquête non obligatoire
- › Plus pertinent, mais...plus difficile
- › Une première expérience prometteuse