



Étude qualitative sur la perception des projets d'innovation d'Innosuisse par les PME

Résumé du rapport à l'attention d'Innosuisse

Lucerne, le 8 janvier 2026

■ Auteurs et autrices

Stefan Rieder (direction de projet)
Tobias Arnold (collaboration au projet)
Christof Schwenkel (collaboration au projet)
Clément Bourdin (collaboration au projet)
Laetitia Vigneron (collaboration au projet)

■ INTERFACE Politikstudien

Forschung Beratung AG

Seidenhofstrasse 12
CH-6003 Lucerne
Tél +41 (0) 41 226 04 26

Rue de Bourg 27
CH-1003 Lausanne
Tel +41 (0) 21 310 17 90

www.interface-pol.ch

■ Adjudicateur

Innosuisse

■ Proposition de citation

Rieder, Stefan; Arnold, Tobias; Schwenkel, Christof; Bourdin, Clément; Vigneron, Laetitia (2025):
Étude qualitative sur la perception des projets d'innovation d'Innosuisse par les PME. Rapport à l'attention d'Innosuisse, Interface Politikstudien Forschung Beratung, Lucerne.

■ Durée

De juillet 2025 à janvier 2026

■ Référence du projet

Numéro de projet: 25-079

Résumé

Objectif et méthode

L'étude a porté sur les moyens d'augmenter le nombre des petites et moyennes entreprises (PME) soumettant une demande pour un projet d'innovation à Innosuisse. Les facteurs facilitants et limitants ont été analysés au travers de 46 entretiens qualitatifs. Nous avons interrogé des PME ayant soumis des demandes qui ont été approuvées ou rejetées, ainsi que des entreprises n'ayant jamais déposé de demande. Les start-up n'ont pas été intégrées à l'enquête.

Principales conclusions

Conscience et perception: Innosuisse est peu connue des PME (score moyen 3,5 sur 6; 2,4 parmi les non-clients). Même les PME qui ont l'expérience des demandes de financement ne connaissent généralement qu'un seul instrument d'encouragement. Les informations sont principalement obtenues par l'intermédiaire du partenaire de recherche, le site Web est rarement consulté. Innosuisse bénéficie d'une bonne image auprès des PME sondées, qui lui reconnaissent un grand professionnalisme. Mais Innosuisse est parfois aussi perçue comme bureaucratique et principalement destinée aux grandes entreprises.

Projets d'innovation: La notoriété de l'offre d'encouragement est assez faible (score moyen inférieur à 4 sur 6). Innosuisse est toutefois réputée pour sa forte valeur ajoutée. Du point de vue des PME, les ressources financières d'Innosuisse permettent de réaliser des innovations à haut risque et de réduire les coûts de R&D. Les obstacles invoqués sont le coût élevé du dépôt d'une demande, le manque de ressources et la dépendance vis-à-vis du partenaire de recherche. Les conditions d'encouragement et les critères d'évaluation sont compréhensibles, mais les contributions en espèces et les contributions propres sont contraignantes pour les petites PME.

Comportement en matière d'innovation: L'innovation revêt une grande importance stratégique pour les PME interrogées (score moyen de 4,9 sur 6). Les innovations incrémentales dominent, tandis que les approches radicales tendent à être coûteuses et risquées. Les subventions d'Innosuisse peuvent être particulièrement décisives pour la mise en œuvre de ces dernières. Les projets d'innovation se chiffrent généralement en centaines de milliers de francs. L'accès au marché et l'introduction sur le marché à l'issue d'un projet Innosuisse réussi constituent un défi majeur.

pour nombre des PME sondées (passage à l'échelle, marketing, financement).

Conditions-cadres: L'évolution de la conjoncture ou les conditions-cadres difficiles, comme les droits de douane américains élevés au moment où les interviews ont été réalisées, produisent des effets différents. Certaines PME y voient une incitation à innover. Pour d'autres, elles constituent un frein, car elles rendent nécessaires des mesures de réduction des coûts. La concurrence est unanimement considérée comme un moteur d'innovation.

■ Recommandations

Au vu de nos conclusions, nous formulons les recommandations suivantes:

- *Première recommandation:* Il conviendrait de renforcer la notoriété générale d'Innosuisse en tant qu'institution et plus spécifiquement celle des offres d'encouragement. C'est particulièrement vrai pour les PME qui s'engagent dans des innovations incrémentales et en dehors des industries technico-scientifiques. Il faudrait pour ce faire accorder davantage d'importance aux communications personnelles et à la communication sur les réseaux d'entreprise (associations, groupements d'intérêt, réseaux régionaux).
- *Deuxième recommandation:* Une communication spécifique au groupe cible est nécessaire pour accroître la notoriété parmi les PME moins orientées vers la recherche.
- *Troisième recommandation:* Il faut tirer parti de la volonté des PME d'accroître la visibilité de leurs projets et mettre en place une communication spécifique au groupe cible.
- *Quatrième recommandation:* Il faut maintenir le principe des conditions d'encouragement et des critères d'évaluation.
- *Cinquième recommandation:* Il conviendrait d'envisager un encouragement direct spécifique pour certaines PME.
- *Sixième recommandation:* Il convient d'examiner la possibilité de proposer des conseils individuels faciles d'accès aux PME qui ne connaissent pas du tout Innovsuisse et son offre. Le mentoring en innovation peut servir de point de départ, mais il devrait être mieux promu.
- *Septième recommandation:* Il faudrait examiner plus attentivement le soutien apporté par Innovsuisse aux spin-off innovantes.