

Innovation

entreprises de 10 salariés et plus

Entre 2010 et 2012, 62 % des entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie agroalimentaire (IAA) et 48 % de celles du commerce de gros de produits agroalimentaires ont innové.

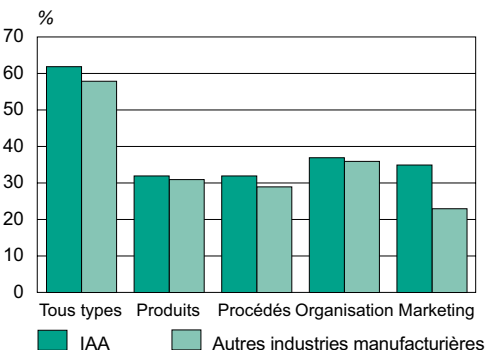
L'innovation peut concerner la création ou l'amélioration de produits ou de procédés de production (innovations technologiques) mais peut aussi porter sur les modes d'organisation ou encore les stratégies de commercialisation (marketing). Elle est plus fréquente dans les grandes entreprises et les sociétés exportatrices.

Le taux d'innovation des IAA dépasse celui des autres industries manufacturières (62 % contre 58 %). Les secteurs des fruits et légumes, des huiles et graisses et celui des boissons ont été les plus innovants entre 2010 et 2012. Les IAA se caractérisent par un taux d'innovation élevé dans le marketing (35 % contre 23 % pour les autres industries manufacturières).

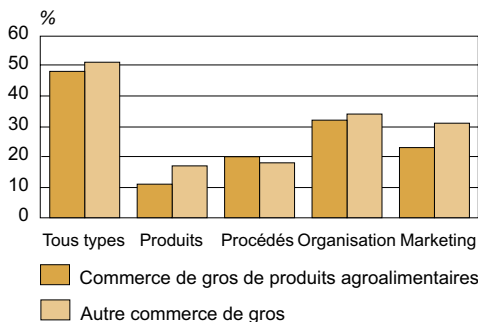
Parmi les innovations technologiques, l'introduction d'un produit nouveau sur le marché témoigne d'une réelle capacité créative des entreprises. Ce type d'innovation est le fait de 21 % des entreprises des IAA, proportion équivalente à celle des autres entreprises de l'industrie manufacturière. Cette proportion est beaucoup plus faible pour les entreprises du commerce de gros de produits agroalimentaires (6 %) qui innovent plutôt dans l'organisation et le marketing.

Proportions d'entreprises innovantes entre 2010 et 2012

• IAA - Autres industries manufacturières



• Commerce de gros de produits agroalimentaires - Autres commerces de gros



Champ : entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus implantées en France.
Sources : Insee - CIS 2012, traitements SSP.

Proportion d'entreprises innovantes entre 2010 et 2012 par type d'innovation

Secteur d'activité (Naf rév. 2)	Tous types	Innovations technologiques				Innovations non technologiques		
		Ensemble	Produits		Procédés (1)	Ensemble	Organisation(1)	Marketing(1)
			Total (1)	Dont produits nouveaux				
Industries agroalimentaires	62	44	32	21	32	51	37	35
Transf. & conserv. viande & prép. viande	51	31	19	12	22	42	27	27
Transf. & conserv. poisson, crust., etc.	63	53	34	29	36	43	23	37
Transf. et conserv. de fruits et légumes	75	61	44	30	47	67	55	44
Fab. huile et graisse végétale & animale	73	42	17	13	34	57	52	29
Fabrication de produits laitiers	61	45	33	22	29	50	35	31
Travail des grains ; fab. prod. amylicés	70	41	24	16	33	51	37	40
Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes	64	49	36	28	37	54	43	40
Fabrication autres produits alimentaires	68	57	48	31	43	53	42	35
Fabrication d'aliments pour animaux	56	30	17	11	20	46	44	25
Fabrication de boissons	66	39	31	16	28	60	36	48
Autres industries manufacturières	58	41	31	21	29	42	36	23
Commerce de gros de produits agroalimentaires	48	24	11	6	20	41	32	23
Com. de gros de prod. agric. brut & anim. viv.	53	31	15	6	24	41	31	25
Com. de gros de prod. alim. & boissons	47	23	10	6	18	41	33	22
Autre commerce de gros	51	25	17	11	18	45	34	31

Lecture : entre 2010 et 2012, 37 % des entreprises des IAA ont effectué des innovations en matière d'organisation ; 62 % ont procédé à un ou plusieurs types d'innovation.

(1) Pour chacun des termes voir glossaire « innovation (IAA) ». Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Sources : Insee - CIS 2012, traitements SSP.

Technologie de l'information et de la communication

Début 2014, 64 % des entreprises de transformation (IAA) et de commerce de gros de produits agroalimentaires de 10 salariés et plus disposent d'un site web ou d'une page d'accueil. Cette proportion a augmenté depuis 2010 (57 %) pour s'aligner sur celle de l'ensemble des entreprises françaises. Elle atteint 89 % dans les entreprises agroalimentaires de 250 salariés et plus. Toutefois, dans les IAA (65 %), elle reste inférieure à celle de l'industrie manufacturière (74 %). Dans le commerce de gros agroalimentaire (62 %), elle est également en deça du taux d'équipement en site web constaté dans l'ensemble du commerce de gros.

Les IAA présentent une utilisation élevée des messages de type EDI (75 % contre 65 % dans l'industrie manufacturière) et une gestion davantage informatisée de la chaîne logistique d'approvisionnement avec des équipements de type SCM (20 % contre 12 % dans l'industrie manufacturière). Plus de la moitié des IAA pratiquent la vente via un site web ou par des messages de type EDI contre 22 % pour l'industrie manufacturière. En revanche, les achats par voie électronique ne concernent que 24 % des IAA et couvrent seulement 11 % du total des achats (contre 43 % dans l'industrie manufacturière).

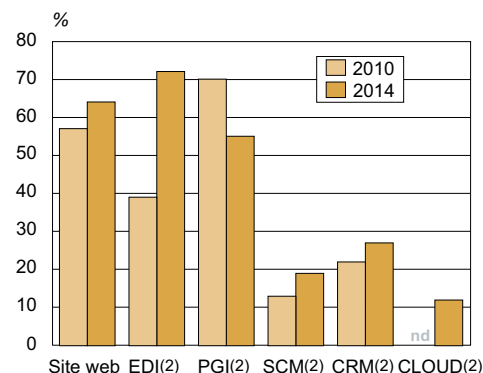
En 2014, 12 % des entreprises agroalimentaires ont acheté des services de cloud computing.

Taux d'utilisation des Tic

• Type d'équipement en 2014

Tranche d'effectifs en personnes occupées(1)	Site web	EDI ²	PGI ²	SCM ²	CRM ²	CLOUD ²
Industrie et commerce de gros de produits agroalimentaires	64	72	55	19	30	12
10 à 19	51	64	47	14	25	6
20 à 249	69	75	58	19	31	14
250 à 499	89	95	82	53	49	40
Industries agroalimentaires	65	75	57	20	27	12
Ensemble de l'industrie manufacturière	74	65	54	12	28	11
Commerce de gros de produits agroalimentaires	62	68	53	18	33	13
Ensemble du commerce de gros	74	70	60	19	40	16
Ensemble des entreprises françaises	64	59	35	11	25	12

• Évolution du taux d'utilisation des Tic dans les IAA



(1) Personnes occupées : concept Eurostat les personnes non salariées sont incluses.
 (2) Pour chacun des termes, voir glossaire.
 Champ : sociétés de 10 personnes et plus (hors sociétés agricoles, financières et d'assurance) localisées en France.
 Sources : Insee - Tic 2014, traitements SSP.

Part des entreprises ayant effectué des ventes ou des achats par commerce électronique en 2013

	IAA	Ensemble de l'industrie manufacturière	Commerce de gros agroalimentaire	Ensemble du commerce de gros	Ensemble des entreprises
Ventes					
Via un site web ou via des messages de type EDI(1)	52	22	24	27	15
Via un site web	11	6	9	15	9
Via des messages de type EDI(1)	44	18	16	17	7
Part(2) du chiffre d'affaires (web ou EDI (1))	49	40	42	40	32
Part(2) du chiffre d'aff. des ventes par messages EDI(1)	50	41	43	43	36
Part(2) du chiffre d'affaires des ventes sur site web	3	5	9	16	13
Parmi les ventes générées via le web :					
commerce d'entreprise à consommateur	41	23	8	10	48
commerce inter-entreprises(3)	59	77	92	90	52
Achats					
Via un site web ou via des messages de type EDI(1)	24	27	27	31	25
Part(2) du montant des achats (web ou EDI(1))	11	43	23	42	40

(1) EDI : échange de données informatisées.
 (2) Calculée sur le champ des entreprises utilisant le site Web ou des messages de type EDI pour leurs activités de ventes ou d'achats.
 (3) Autres entreprises ou autorités publiques.
 Champ : sociétés de 10 personnes et plus (hors sociétés agricoles, financières et d'assurance) localisées en France.
 Sources : Insee - Tic 2014, traitements SSP.