

## Innovation

### entreprises de 10 salariés et plus

De 2012 à 2014, 69 % des entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie agroalimentaire (IAA) et 51 % de celles du commerce de gros de produits agroalimentaires ont innové.

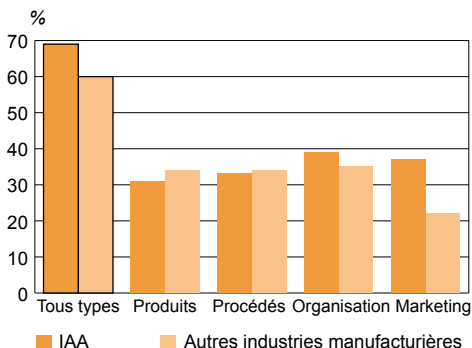
L'innovation peut concerner la création ou l'amélioration de produits ou de procédés de production (innovations technologiques) mais peut aussi porter sur les modes d'organisation ou encore sur les stratégies de commercialisation (marketing).

Le taux d'innovation des IAA dépasse celui des autres industries manufacturières (69 % contre 60 %). Les secteurs des fabrications de boissons et des autres produits alimentaires (sucre, cacao, thé...) ont été les plus innovants de 2012 à 2014. Les IAA se caractérisent par un taux d'innovation élevé dans le marketing (37 % contre 22 % pour les autres industries manufacturières).

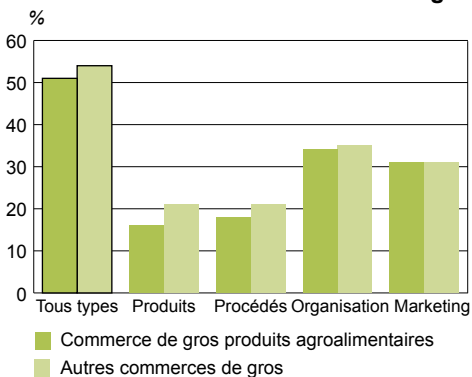
Parmi les innovations technologiques, l'introduction d'un produit nouveau sur le marché témoigne d'une réelle capacité créative des entreprises. Ce type d'innovation est concerné 21 % des entreprises des IAA, proportion légèrement inférieure à celle des autres entreprises de l'industrie manufacturière. Cette proportion est beaucoup plus faible pour les entreprises du commerce de gros de produits agroalimentaires (10 %) qui innovent plutôt dans l'organisation et le marketing.

### Proportions d'entreprises innovantes de 2012 à 2014

#### • 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 2014, traitements SSP

### Proportion d'entreprises innovantes de 2012 à 2014 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				
<b>Industries agroalimentaires</b>	69	51	31	21	33	52	39	37
Transf. & conserv. viande & prép. viande	51	34	22	14	25	44	34	22
Transf. & conserv. poisson, crust., etc.	81	54	29	20	39	68	62	47
Transf. & conserv. de fruits & légumes	74	56	32	19	33	59	43	38
Fab. huile & graisse végétale & animale	76	72	46	36	31	51	39	43
Fabrication de produits laitiers	66	38	22	14	29	52	36	41
Travail des grains ; fab. prod. amylacés	49	40	27	13	23	43	18	38
Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes	68	63	35	29	35	40	33	33
Fabrication autres produits alimentaires	84	62	40	29	39	57	46	46
Fabrication d'aliments pour animaux	67	49	31	24	32	47	38	29
Fabrication de boissons	87	67	37	23	45	68	44	55
<b>Autres industries manufacturières</b>	60	49	34	23	34	42	35	22
<b>Commerce de gros de produits agroalimentaires</b>	51	31	16	10	18	45	34	31
Com. de gros de prod. agric. brut & anim. viv.	54	33	20	17	21	49	38	36
Com. de gros de prod. alim. & boissons	51	30	16	8	17	44	33	29
<b>Autres commerces de gros</b>	54	33	21	14	21	45	35	31

Lecture : entre 2012 et 2014, 39 % des entreprises des IAA ont effectué des innovations en matière d'organisation ; 69 % ont procédé à un ou plusieurs types d'innovation.

(1) Pour chacun des termes voir glossaire « innovation (IAA) ». Champ : entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus implantées en France.  
Sources : Insee - CIS 2014, traitements SSP

## Technologie de l'information et de la communication

Début 2016, 69 % des entreprises de transformation (IAA) et de commerce de gros de produits agroalimentaires de 10 personnes ou plus disposent d'un site web en propre ou partagé. Cette proportion continue d'augmenter (64 % en 2014, après 57 % en 2012). Elle est de 71 % dans les industries agroalimentaires contre 78 % dans les industries manufacturières. Elle est de 68 % dans le commerce de gros agroalimentaire, en deçà du taux d'équipement constaté dans l'ensemble du commerce de gros où elle atteint les 77 %.

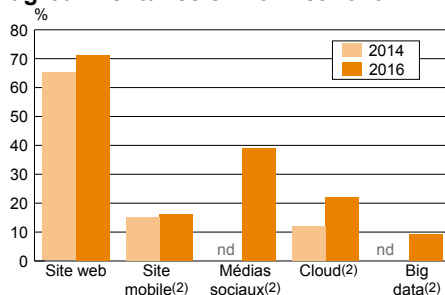
Les IAA ont davantage recours aux médias sociaux que l'ensemble de l'industrie manufacturière (39 % contre 31 %) et 16 % d'entre elles ont développé un site mobile. Près de la moitié des IAA pratique la vente via un site web ou par des messages de type EDI, contre seulement un quart dans l'industrie manufacturière. À l'inverse, les achats par voie électronique ne concernent que 45 % des IAA, un taux inférieur à celui de l'industrie manufacturière (55 %).

En 2016, 18 % des entreprises agroalimentaires ont acheté des services de *cloud computing* contre 12 % en 2014. Par ailleurs, en 2016, 11 % de ces sociétés ont traité des données massives (*big data*).

### Taux d'utilisation des TIC • Type d'équipement en 2016

Tranche d'effectifs en personnes occupées(1)	Site web	Site mobile(2)	Médias sociaux(2)	Publicité payante sur le web	Cloud(2)	Big data(2)
	%					
<b>Industrie et commerce de gros de produits agroalimentaires</b>	<b>69</b>	<b>16</b>	<b>37</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>11</b>
10 à 19	63	15	37	7	13	8
20 à 249	73	15	34	10	20	14
250 à 499	93	28	57	25	47	18
<b>Industries agroalimentaires</b>	<b>71</b>	<b>16</b>	<b>39</b>	<b>12</b>	<b>22</b>	<b>9</b>
<i>Ensemble de l'industrie manufacturière</i>	78	15	31	13	18	7
<b>Commerce de gros de produits agroalimentaires</b>	<b>68</b>	<b>15</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<i>Ensemble du commerce de gros</i>	77	21	36	17	19	12

### • Taux d'utilisation dans les industries agroalimentaires en 2014 et 2016



(1) Personnes occupées : personnes travaillant dans l'unité considérée, salariés ou non salariés, hors intérimaires et prestataires de services.

(2) Pour chacun des termes, voir glossaire.

Champ : sociétés de 10 personnes ou plus des secteurs principalement marchands (hors secteurs agricoles, financiers et d'assurance) implantés en France.

Sources : Insee - TIC 2016, traitements SSP

### Part des entreprises ayant effectué des ventes ou des achats par commerce électronique en 2015

	IAA	Ensemble de l'industrie manufacturière	Commerce de gros agroalimentaire	Ensemble du commerce de gros
	%			
<b>Ventes</b>				
Via un site web ou via des messages de type EDI(1)	47	26	26	33
Via un site web	22	13	11	22
Via des messages de type EDI(1)	35	17	16	18
Part(2) du chiffre d'affaires (web ou EDI(1))	53	42	34	38
Part(2) du chiffre d'affaires des ventes par message de type EDI(1)	54	42	37	38
Part(2) du chiffre d'affaires des ventes sur site web	5	11	9	16
Parmi les ventes générées via le web :				
commerce d'entreprise à consommateur	22	9	4	4
commerce inter-entreprises(3)	78	91	96	96
<b>Achats</b>				
Via un site web ou via des messages de type EDI(1)	45	55	44	59

(1) EDI : Échange de données informatisées.

(2) Calculée sur le champ des entreprises utilisant un 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 ou plus des secteurs principalement marchands (hors secteurs agricoles, financiers et d'assurance) implantés en France.

Sources : Insee - TIC 2016, traitements SSP