

L'innovation dans les entreprises agroalimentaires entre 2010 et 2012

Méthodes et concepts

L'enquête communautaire sur l'innovation (Community Innovation Survey, CIS 2012), menée à la demande d'Eurostat dans l'ensemble des États membres, a été conduite en France par l'Insee entre juin et décembre 2013. Elle porte sur la période 2010-2012 et couvre le champ des sociétés (ou entreprises individuelles) actives de 10 salariés ou plus implantées en France (métropole et Dom). Les unités interrogées sont les unités légales, ce qui correspond à la définition « juridique » de l'entreprise et non à la définition « économique » de la loi de modernisation de l'économie (LME). Les secteurs interrogés correspondent à l'industrie (sections B à E de la nomenclature Naf rév. 2), au commerce de gros (division G46), aux transports et entreposage, à l'information-communication, aux activités financières et d'assurance (sections H, J et K) et aux activités scientifiques et techniques (divisions M71, M72 et M73).

Le champ de l'enquête

Le champ de l'enquête est plus restreint en 2012 qu'en 2010 (CIS 2010). Il ne couvre pas les secteurs de la construction (section F), des activités immobilières (division 68), de certaines activités spécialisées (divisions 69, 70, 74) et des activités de services administratifs et de soutien (section N). En France, le questionnaire de l'enquête CIS 2012 a été envoyé par voie électronique ou postale à un échantillon d'environ 22 300 unités légales, dont 2 094 entreprises agroalimentaires (1 422 dans les IAA, 672 dans le commerce de gros agroalimentaire).

Définitions : Entreprises agroalimentaires, innovation, innovation au sens large, innovation de produit, de procédé, d'organisation, de marketing et activités d'innovation

Les entreprises sont entendues au sens d'unités légales (définition « juridique » de l'entreprise). Les entreprises agroalimentaires couvertes sont :

- les entreprises du secteur des industries agroalimentaires, hors artisanat commercial : industries alimentaires (division 10 de la Naf Rév. 2 hors sous-classes 1013B, 1071B, 1071C et 1071D) et fabrication de boisson (division 11) ;
- le commerce de gros de produits agroalimentaires : commerce de gros de produits agricoles bruts et animaux vivants (groupe 462) et commerce de gros de produits alimentaires et boissons (groupe 463 hors commerce de gros de produits à base de tabac – sous-classe 4635).

Le manuel d'Oslo sur la mesure des activités scientifiques et technologiques, rédigé sous l'autorité de l'OCDE, définit quatre catégories d'**innovation** possibles : produits, procédés, organisation et marketing.

Une entreprise est **innovante au sens large** lorsqu'elle introduit une innovation dans au moins une de ces quatre catégories d'innovation ou lorsqu'elle s'engage dans des activités d'innovation en produits ou en procédés. Une entreprise peut combiner plusieurs catégories d'innovation. L'innovation au sens large se décompose en innovation technologique et innovation non technologique. L'innovation technologique correspond à l'innovation en produits ou en procédés. L'innovation non technologique correspond à l'innovation en organisation ou en marketing.

L'innovation de produit se définit comme « l'introduction sur le marché d'un produit (bien, service ou prestation) nouveau ou nettement modifié par rapport aux produits (biens ou

services ou prestations) précédemment élaborés par l'entreprise. La nouveauté ou l'amélioration se mesurent par rapport aux caractéristiques essentielles du produit ou de la prestation, de ses spécifications techniques, des logiciels ou tout autre composant matériel ou immatériel incorporés, de l'utilisation prévue ou de la facilité d'usage. Elle exclut la revente de produits ou de prestations innovants entièrement fabriqués et développés par d'autres entreprises ».

L'innovation de procédé se définit par « l'introduction dans l'entreprise de procédés de production, d'une méthode de fourniture de services ou de livraison de produits, nouveaux ou nettement modifiés. Le résultat doit être significatif en ce qui concerne le niveau de production, la qualité des produits ou les coûts de production et de distribution ».

Les innovations d'organisation concernent les innovations tenant à la structure de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la gestion des connaissances et aux relations avec les partenaires extérieurs.

Les innovations de marketing correspondent à la mise en œuvre de concepts ou de méthodes de ventes nouveaux ou modifiés de manière significative, afin d'améliorer les qualités d'appels des produits ou de l'offre des prestations ou afin d'entrer sur de nouveaux marchés.

Les activités d'innovation recouvrent une grande diversité d'activités qui ont pour point commun d'être entreprises spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation de produit ou de procédé : recherche-développement, acquisition de machines, équipements, logiciels et licences ; travaux d'ingénierie et de développement, design industriel, formation, activités de marketing... Une entreprise peut avoir mené une activité d'innovation sans que celle-ci ait abouti au cours de la période à une innovation effective.

Pour plus d'information

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=sources/ope-enq-communaut-innovation-cis-2012.htm>