

*Entre 2008 et 2010, malgré une situation économique difficile, plus de la moitié des PME de Rhône-Alpes ont innové. Les entreprises de la région ont plus innové que la moyenne nationale. Ces innovations visent principalement à élargir leurs débouchés. La capacité à innover est stimulée par des actions de coopération avec d'autres entreprises ou avec des partenaires institutionnels. La démarche d'innovation restant coûteuse, les entreprises innovantes font appel à une large gamme de soutiens publics.*

Clément Gass  
Axel Gilbert

Ce numéro de La Lettre-Analyses est téléchargeable à partir du site Internet [www.insee.fr/rhone-alpes](http://www.insee.fr/rhone-alpes), à la rubrique « Publications ».

## Les PME de Rhône-Alpes innovent pour se développer

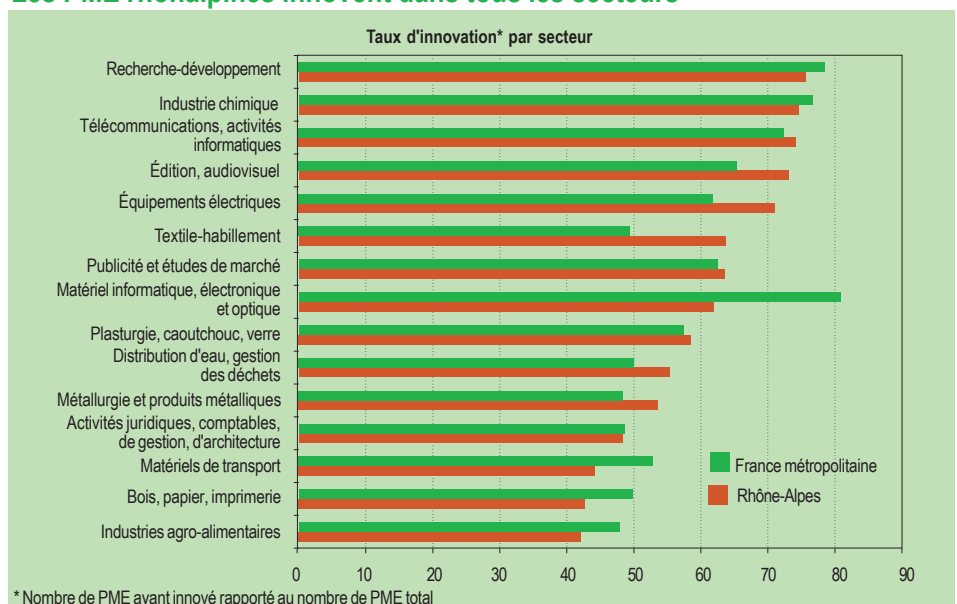
L'innovation portée par les entreprises est un facteur de développement de leurs débouchés, de renforcement de leur compétitivité et, d'une manière plus générale, un des leviers de la croissance économique. Les politiques publiques qui visent à promouvoir l'innovation sont nombreuses, en particulier à destination des petites et moyennes entreprises (PME). Dans le contexte actuel, l'innovation des PME est légitimement vue comme un moyen de surmonter la crise économique.

57 % des PME de la région Rhône-Alpes, dans les domaines industriels et des services intellectuels et technologiques, ont innové entre 2008 et 2010 (voir définition précise du champ de l'étude en page 4), ce qui est supérieur de trois points à la moyenne nationale. L'innovation est ici considérée au sens large et ne se réduit pas à l'introduction sur le marché de nouveaux produits brevetés, Rhône-Alpes étant d'ailleurs, après l'Île-de-France, la région où le plus grand nombre de brevets sont déposés.

L'innovation concerne également l'amélioration des produits (biens ou services), les changements dans les processus de production, les modes d'organisation et de commercialisation de la production.

Le chiffre d'affaires réalisé par les PME innovantes représente les deux tiers de celui des PME rhônalpines. Elles ont, en moyenne, un chiffre d'affaires supérieur de 70 % à celui des entreprises non innovantes. Les entreprises les plus grandes sont en effet celles qui innovent le plus : le taux d'entreprises innovantes s'échelonne de 52 %, pour les entreprises de 10 à 20 salariés, à 74 % pour les entreprises de 50 à 250 salariés. Les différents secteurs économiques n'innovent pas dans les mêmes proportions ; ainsi, pour la fabrication de machines, l'industrie chimique, les services informatiques ou de télécommunication, ce sont plus des trois quarts des entreprises qui innovent. En revanche, moins de la moitié des entreprises de

### Les PME rhônalpines innovent dans tous les secteurs



Source : Insee, enquête CIS 2010

## Les PME de Rhône-Alpes sont tournées vers l'innovation

## De nouvelles méthodes d'organisation accompagnent les nouveaux produits

l'agroalimentaire, du travail du bois, de la fabrication de matériel de transport (principalement des sous-traitants automobiles) et des services intellectuels, innove.

Les PME rhônalpines innove plus que les PME de France métropolitaine, en particulier dans l'industrie (57 % contre 54 %) et les services technologiques (74 % contre 70 %). Comme tous les secteurs économiques n'ont pas la même propension à innover, ces taux plus élevés pourraient provenir des sous-secteurs les plus présents dans l'économie rhônalpine. En réalité, Rhône-Alpes est une région vaste à l'économie diversifiée, de sorte que la structure de son tissu économique n'est pas radicalement différente de la structure nationale ; le poids de l'industrie est certes plus important en Rhône-Alpes, mais d'une manière générale les secteurs qui innove le plus ne sont pas plus présents dans la région qu'en France métropolitaine. De même, la taille moyenne des entreprises est similaire à celle de l'ensemble des PME de métropole. Si l'on s'affranchit de ces faibles effets de structure<sup>1</sup>, on constate une propension plus grande à innover en Rhône-Alpes qu'en métropole. Les différences sont significatives pour les PME industrielles et les services technologiques. En revanche, le taux d'innovation des PME rhônalpines des services intellectuels est conforme au taux d'innovation national.

À un niveau plus fin, deux secteurs sont particulièrement "sur-innovants" en Rhône-Alpes : le textile (principalement les textiles à usage technique) et la fabrication de machines et équipements. Au sein des services technologiques, l'innovation est essentiellement portée par les services informatiques et, plus marginalement, l'audiovisuel.

L'introduction de nouveaux produits est la forme d'innovation la plus manifeste pour une entreprise du secteur marchand. Les PME de Rhône-Alpes innove plus en produits que la

moyenne nationale (29 % contre 26 %), notamment dans l'industrie et dans les services technologiques (plus de la moitié des PME de services technologiques ont introduit de nouveaux services dans leur offre commerciale). Même les petites entreprises industrielles innove (23 % d'entre elles ont produit des biens nouveaux entre 2008 et 2010 contre 18 % en métropole).

Plus de 20 % des entreprises de Rhône-Alpes ont introduit de nouveaux produits sur leurs marchés, c'est-à-dire qu'elles sont les seules à offrir ces biens ou services innovants. Parmi elles, un tiers a introduit des produits nouveaux sur le marché mondial. Ces nouveaux produits représentent 14 % du chiffre d'affaires des entreprises innovantes : l'innovation en produits présente donc un intérêt commercial tangible et rapide.

38 % des PME ont mis en œuvre des innovations d'organisation. Elles touchent plus fréquemment le domaine des services (50 %), principalement la mise en place de nouvelles organisations du travail et de nouvelles méthodes de prise de décisions. L'organisation des procédures et les relations extérieures viennent ensuite.

Un quart des entreprises ont introduit des innovations en marketing et commercialisation, le plus souvent des modifications de présentation des produits (produits qui ne sont pas forcément innovants eux-mêmes) ou de nouvelles formes de promotion. Là aussi, cela concerne plus particulièrement les entreprises de services.

Il y a, en général, un lien fort entre les deux types d'innovation : les entreprises qui innove au sens de l'innovation technologique sont souvent celles qui innove en organisation et marketing. L'offre de nouveaux produits ou services nécessite en effet de changer les méthodes de production et d'organisation et s'accompagne, en principe, d'une promotion de la nouveauté. Inversement, l'innovation en marketing ou en organisation peut être le premier pas vers l'innovation en produits. Ainsi, 72 % des entreprises innovantes au sens de l'innovation technologique innove également en organisation ou en marketing (et bien souvent les deux), alors que seules trois entreprises sur 10 qui ne pratiquent pas l'innovation technologique ont procédé à des innovations d'organisation ou de marketing.

La propension à innover dépend d'un certain nombre de facteurs d'importance inégale. Le premier facteur de différenciation est le

## L'innovation : d'abord pour conquérir des marchés

Part d'entreprises innovantes en technologie selon les différents objectifs d'innovation

Objectif de l'innovation technologique	en %			
	Ensemble	Industrie	Services technologiques	Services intellectuels
Conquérir de nouveaux marchés ou accroître les parts de marché	64	63	77	58
Élargir la gamme des biens ou des services	62	60	67	62
Améliorer la qualité des biens ou des prestations de services	48	43	58	62
Remplacer les produits ou procédés dépassés	38	38	47	33
Améliorer la flexibilité de la production	27	26	24	33
Augmenter la capacité de production	27	26	27	32
Réduire le coût du travail par unité produite	24	26	17	18
Réduire les impacts environnementaux	19	21	10	15
Améliorer la santé ou la sécurité des employés	19	22	8	12
Réduire les coûts de matériel et d'énergie par unité produite	15	17	11	9

**Note de lecture :** 63 % des entreprises industrielles ayant innové technologiquement l'ont fait avec l'objectif de conquérir de nouveaux marchés ou d'accroître leurs parts de marché.

Source : Insee, enquête CIS 2010

<sup>1</sup> On calcule un "taux attendu" d'entreprises innovantes qui correspond au pourcentage d'entreprises innovantes qu'on obtiendrait en appliquant les taux d'innovation nationaux à la structure des PME de Rhône-Alpes. On s'affranchit ainsi de l'effet de structure lié aux secteurs et à la taille des entreprises. La différence entre ce taux attendu et le taux réel observé, est baptisé "effet résiduel" ou "effet régional".

## Les PME de Rhône-Alpes innovent au-delà de leur potentiel

Taux d'innovation des PME rhônalpines en %				
	Taux			Effet résiduel ou effet régional
	Rhône-Alpes	National	Attendu en Rhône-Alpes	
Industrie manufacturière	57,0	53,9	54,0	3,0
Services technologiques	74,0	70,2	70,6	3,4
Services intellectuels	49,4	50,0	49,2	0,2*

**Lecture :** dans l'industrie, 57,0 % des PME rhônalpines et 53,9 % des PME françaises ont innové entre 2008 et 2010.

Si la structure en secteurs et tailles des entreprises de l'industrie de Rhône-Alpes était conforme à la moyenne nationale, le pourcentage d'entreprises innovantes s'élèverait à 54 %. La différence entre le taux observé et le taux attendu (3 %) est "l'effet régional".

Source : Insee, enquête CIS 2010

### La taille du marché : premier déterminant de l'innovation

### Faire appel à des compétences internes ou externes

positionnement géographique de l'entreprise : plus le marché sur lequel les entreprises vendent est large, plus elles innovent (de 70 % pour les entreprises internationales à 33 % pour les entreprises à marché local). Comme il est sans doute plus facile d'avoir un marché élargi quand on a des méthodes ou des produits innovants, la taille du marché est donc à la fois une cause et une conséquence de l'innovation des entreprises. Les entreprises de Rhône-Alpes sont d'ailleurs un peu plus nombreuses à occuper un marché (en partie) international, en tout cas dans l'industrie : 52 % contre 45 % des PME de l'ensemble de la métropole.

Le secteur est un autre facteur très discriminant, spécialement pour les entreprises du marché international : les entreprises internationales de biens d'équipements et de services technologiques sont plus de 80 % à innover. D'autres facteurs favorisent l'innovation. La taille de l'entreprise a une influence positive, qu'on la mesure par l'emploi ou par le chiffre d'affaires. Ainsi, même si les entreprises à marché régional innovent peu, la moitié de celles qui dépassent 4 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel ont procédé à une innovation. L'appartenance à un groupe est également un facteur qui favorise l'innovation : 65 % des entreprises qui font partie d'un groupe ou d'un réseau d'enseignes innovent, contre 52 % des entreprises hors groupes. L'effet est plus visible parmi les petites entreprises : faire partie d'un ensemble plus vaste permet de trouver plus aisément au sein du groupe les compétences et les moyens propices à l'innovation.

Dans un contexte économiquement défavorable, les entreprises innovantes cherchent avant tout à développer leur activité. La première motivation des entreprises innovantes en technologie est l'élargissement de leur offre et la conquête de nouveaux

marchés. Ces deux moteurs de l'innovation sont avancés par une majorité des entreprises innovantes, aussi bien dans l'industrie que dans les services. Les questions de coûts sont moins évoquées. Enfin, seules 20 % des entreprises innovantes citent les impacts environnementaux comme motivation de l'innovation. Trois activités se distinguent dans ce domaine : l'industrie chimique, par nature, génère beaucoup de déchets et son adaptation aux impératifs d'environnement et aux évolutions de la législation est une nécessité ; les questions d'environnement concernent également les activités de distribution d'eau et de gestion des déchets.

La démarche d'innovation n'est jamais simple et nécessite toujours des moyens et des compétences variées qu'on ne trouve pas forcément au sein de l'entreprise. C'est ainsi qu'un tiers des entreprises innovantes (au sens de l'innovation technologique) ont coopéré dans un but d'innovation, plus souvent dans les services technologiques que dans l'industrie. Presque toutes ces entreprises "coopérantes" (90 %) travaillent avec des partenaires de marché (par ordre de fréquence, avec leurs fournisseurs, leurs clients et d'autres entreprises de leur groupe), et pour un tiers d'entre elles avec d'autres entreprises du même secteur. Mais la moitié d'entre elles coopèrent également avec des partenaires publics (universités, organismes de recherche publique) : le soutien public ou parapublic à l'innovation est donc une réalité. Les partenaires sont plus souvent nationaux (71 %) que régionaux (67 %). 44 % des entreprises qui coopèrent ont au moins un partenaire étranger. En cela, Rhône-Alpes ne se distingue pas des PME des autres régions françaises. La recherche de ces partenaires n'est d'ailleurs pas un obstacle majeur ; seules 7 % des PME de la région la citent parmi les freins à l'innovation.

L'innovation a bien sûr un coût. Les dépenses en Recherche et Développement (interne ou externe à l'entreprise) représentent 60 % des dépenses liées à l'innovation technologique, le reste des coûts étant réparti entre la formation et l'acquisition de matériel, de logiciels et parfois de "connaissances" (brevets).

44 % des entreprises innovantes en technologie ont bénéficié d'un soutien financier public à l'innovation, représenté majoritairement par le crédit impôt-recherche, mais aussi par d'autres programmes nationaux. Un tiers de ces entreprises aidées ont eu recours à une aide (subvention, prêt garanti...) de collectivités territoriales. L'Union européenne, enfin, a également soutenu l'effort d'innovation des PME de Rhône-Alpes, dans des proportions toutefois plus modestes.

## Des compétences pour soutenir et accompagner l'innovation

Part des PME de Rhône-Alpes qui ont recours à différentes compétences techniques en %				
	Ensemble		Entreprises innovantes	
	Compétences			
	internes	externes	internes	externes
Arts graphiques, mise en page, publicité	19	24	27	34
Conception d'objets ou de prestations de services	21	13	30	20
Multimédia (audio, graphisme, texte, images, animation, vidéo, etc.)	13	20	18	30
Conception de sites Web	14	34	19	46
Développement de logiciels	13	22	20	30
Études de marché	14	10	20	15
Ingénierie, sciences appliquées	17	8	26	12
Mathématiques, statistiques, gestion de bases de données	14	5	20	8
Veille concurrentielle et/ou technologique	20	10	32	15
Droit, propriété intellectuelle	10	19	14	30
Au moins une de ces compétences	48	53	66	70

Champ : PME de la région, innovantes ou non.

**Note de lecture :** concernant le domaine des arts graphiques, de la mise en page et de la publicité, 27 % des PME innovantes de la région ont mobilisé des compétences internes à l'entreprise ; 34 % ont fait appel à des compétences externes.

Source : Insee, enquête CIS 2010



## L'innovation industrielle reste difficile à financer

### Source et méthode

L'enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2010) permet de décrire le processus d'innovation, d'en mesurer les effets et d'apprécier ses mécanismes (coopération, moyens, freins...). Elle porte sur la période 2008-2010. Cette enquête, réalisée en France par l'Insee, a fait l'objet d'une extension dans une dizaine de régions, dont Rhône-Alpes, afin d'obtenir des résultats régionaux fiables. Au total, 2 600 PME monorégionales, ou quasi-monorégionales, c'est-à-dire ayant plus de 80 % de leurs emplois en Rhône-Alpes, ont été interrogées (soit environ une PME sur deux).

### Pour en savoir plus :

- "Innover pour résister à la crise ou se développer à l'export", *Insee Première* n° 1420, A. Bouvier, octobre 2012.
- Les publications régionales de Bretagne, Franche-Comté, Haute-Normandie, Île-de-France, Poitou-Charentes, Languedoc-Roussillon, Réunion, Guadeloupe et Martinique sont disponibles sur [insee.fr](http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/collections-regionales.asp) : <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/collections-regionales.asp>

### INSEE Rhône-Alpes

165, rue Garibaldi - BP 3184  
69401 Lyon cedex 03  
Tél. 04 78 63 28 15  
Fax 04 78 63 25 25

### Directeur de la publication :

Pascal Oger

### Rédacteur en chef :

Thierry Geay

### Pour vos demandes d'informations statistiques :

- site [www.insee.fr](http://www.insee.fr)
- n° 0 972 724 000 (lundi à vendredi de 9h à 17h)
- message à [insee-contact@insee.fr](mailto:insee-contact@insee.fr)

Imprimeur : Graphiscann

Dépôt légal n° 1004, novembre 2012

© INSEE 2012 - ISSN 1763-7775

Les activités d'innovation nécessitent souvent de faire appel à des compétences dans des domaines précis, tels que la conception de produits, les arts graphiques, le multimédia, la conception de sites Internet, le développement, les études de marché, l'ingénierie, la veille concurrentielle et le droit. Ces compétences peuvent être mobilisées en interne ou via des sources externes (entreprises prestataires de services, travailleurs indépendants, consultants, autres unités du réseau d'enseignes...).

Les entreprises de Rhône-Alpes ayant mobilisé au moins une de ces compétences spécifiques en interne sont 59 % à avoir introduit une innovation technologique, et 78 % à avoir introduit une innovation au sens large. Celles qui n'ont fait appel à aucune de ces compétences internes ne sont respectivement que 22 % et 37 % à avoir innové. L'avantage procuré par un recours à des compétences externes est sensiblement du même ordre. Les entreprises innovantes font plus souvent appel à chacune des compétences citées que les entreprises non innovantes : ces compétences accompagnent donc l'innovation dans toutes ses phases, de la conception à la promotion. Les entreprises de Rhône-Alpes recourent plus souvent à ces compétences spécifiques que celles de France métropolitaine, sans doute en raison d'une plus grande qualification des salariés de la région (première région de province pour la part des emplois en conception-recherche). 48 % des entreprises de la région y recourent en interne, contre 40 % en France métropolitaine. L'écart est du même ordre pour l'appel à des compétences externes : 53 % contre 48 %.

Ce niveau plus important en Rhône-Alpes

explique en partie pourquoi les entreprises y sont plus innovantes.

Trois sortes de compétences, généralement liées à des besoins ponctuels, sont fréquemment externalisées : les compétences juridiques, le développement informatique et les arts graphiques et multimédia.

57 % des entreprises de Rhône-Alpes ont déclaré avoir rencontré d'importants freins à la démarche d'innovation (la proportion est similaire en métropole). Les entreprises non innovantes de Rhône-Alpes disent "connaître moins souvent un frein important à l'innovation" que les entreprises innovantes (48 % contre 63 %), et il en est de même en France métropolitaine. Les entreprises qui n'innovent pas n'y renoncent donc pas uniquement en raison de difficultés à le faire, mais aussi par choix stratégique de ne pas entamer une démarche jugée complexe ou peu utile. Réciproquement, les entreprises souhaitant innover y parviennent souvent malgré les difficultés.

Les coûts sont les premiers obstacles à l'innovation, cités par 32 % des entreprises, surtout dans les services. Les freins liés au marché et à l'incertitude de la demande ne sont mentionnés que par 25 % des entreprises, malgré le contexte de crise qui restreint les débouchés. Ils sont plus fréquents pour les entreprises industrielles. Les obstacles qui tiennent à des défauts de connaissance ou au manque de salariés qualifiés sont moins souvent mis en avant. Enfin, un quart des entreprises affirment qu'il n'y a pas de demande pour l'innovation dans leur marché. Ces entreprises se trouvent dans pratiquement tous les secteurs industriels et de services. ■

### Définitions

On définit ici les **PME** comme les entreprises de 10 à 249 salariés sans restriction sur leur chiffre d'affaires ou leur bilan. Le champ de cette étude correspond à l'industrie manufacturière, la gestion des déchets, la distribution de l'eau, les services technologiques et intellectuels.

Le secteur des **services technologiques** comprend l'édition, la production de film, de vidéo ou de musique, la programmation et la diffusion, les télécommunications, le conseil et les activités informatiques, les services d'information, la recherche et le développement scientifique.

Le secteur des **services intellectuels** comprend les activités juridiques et comptables, le conseil de gestion, les activités d'architecture et d'ingénierie, les activités de contrôle et d'analyses techniques, la publicité et études de marché.

L'**innovation** au sens large regroupe l'innovation technologique (produit ou procédé) et l'innovation non technologique (marketing ou organisationnelle).

L'**innovation technologique** comprend l'innovation en produits ou en procédés de production ou plus simplement une action d'innovation sur un produit ou un procédé. On désigne par :

- l'innovation en produit, celle qui correspond à l'introduction sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou significativement amélioré par rapport au produit précédemment élaboré.
- l'innovation en procédé, celle qui correspond à l'introduction dans l'entreprise de procédés de production, de méthodes concernant la fourniture de services ou la livraison de produits, d'activités de supports nouveaux ou significativement modifiés.

L'**innovation non technologique** désigne :

- l'innovation en marketing, qui concerne la mise en œuvre de nouvelles stratégies de vente.
- l'innovation organisationnelle, c'est-à-dire les nouveautés ou les améliorations significatives apportées dans l'activité de l'entreprise (gestion des connaissances, méthode de travail, relation externe...).