

Les sociétés innovantes de 10 salariés ou plus

Quatre sur dix entre 2006 et 2008

Anthony Bouvier, division Industrie et études transversales, Insee

Entre 2006 et 2008, 43 % des sociétés de 10 salariés ou plus ont innové. La capacité d'innovation est particulièrement élevée dans les technologies de l'information et de la communication ainsi que dans l'industrie. Plus de la moitié des innovations ont des effets positifs sur l'environnement, les sociétés souhaitant réduire leurs coûts, mettre en place un code de bonnes pratiques dans leur secteur d'activité et se conformer aux réglementations environnementales récentes. L'innovation en organisation est le type d'innovation le plus répandu, notamment pour les sociétés de taille modeste. Les plus grandes introduisent davantage de produits et de procédés novateurs ; elles bénéficient plus souvent des financements publics et sont en mesure de conclure des partenariats internationaux.

Introduire un nouveau produit sur le marché ou un nouveau procédé de fabrication, améliorer de façon significative l'organisation de l'entreprise ou sa stratégie de marketing, telles sont quelques-unes des facettes de l'innovation (*définitions*).

Parmi les sociétés de 10 salariés ou plus, c'est le secteur de l'information et de la communication qui est le plus novateur : plus de six sociétés sur dix y sont innovantes (*graphique 1*). Cette activité concentre en effet une grande partie des technologies de pointe à la base de nouvelles innovations. L'industrie ou les activités scientifiques et techniques possèdent également un fort potentiel innovant, alors que la construction et le commerce sont davantage en retrait dans ce domaine. Une société de taille importante a davantage tendance à innover : 77 % des sociétés de 250 salariés ou plus innovent, contre 40 % des sociétés de 10 à 49

salariés. Les sociétés appartenant à un groupe ou un réseau d'enseigne (*définitions*) sont, à taille identique, plus nombreuses à innover que les autres. La localisation du marché de la société reflète également sa capacité à innover : une société dont le marché est situé à l'étranger innove beaucoup plus qu'une société dont le marché est à dominante locale : 66 %, contre 37 %.

Des effets positifs sur l'environnement six fois sur dix

Pour 62 % des sociétés innovantes entre 2006 et 2008, l'innovation a eu un effet positif sur l'environnement. Ces bénéfices environnementaux peuvent être dégagés aussi bien au cours du processus de production qu'ultérieurement, lors de l'utilisation par le consommateur (respectivement 93 % et 61 % des sociétés innovantes dont l'innovation a engendré un bénéfice environnemental). Dans le premier cas, il s'agit le plus souvent de recyclage des déchets, de l'eau ou des matières premières (six fois sur dix). Dans le secteur des transports cependant, les sociétés recherchent plutôt la réduction de la consommation d'énergie ou la diminution des émissions de dioxyde de carbone. Dans le second cas, la réduction de la consommation d'énergie est le type d'innovation le plus répandu ; il concerne 42 % des sociétés ayant innové avec un apport environnemental.

Lorsqu'une société réalise une innovation ayant un effet positif sur l'environnement, c'est souvent pour répondre à des objectifs ou des contraintes. Réduire les coûts est la motivation principale (*graphique 2*), en particulier dans les secteurs des transports et de l'hébergement. L'industrie automobile innove davantage en réponse aux réglementations environnementales existantes ou aux taxes sur la pollution : 60 % des sociétés pour lesquelles l'innovation a eu un effet positif sur l'environnement, contre 42 % pour l'ensemble de l'industrie. Parallèlement, les aides gouvernementales ne jouent un rôle important que dans des secteurs ciblés

INSEE
PREMIERE

tels que celui des activités immobilières (41 %) et, dans une moindre mesure, celui de la construction (17 %).

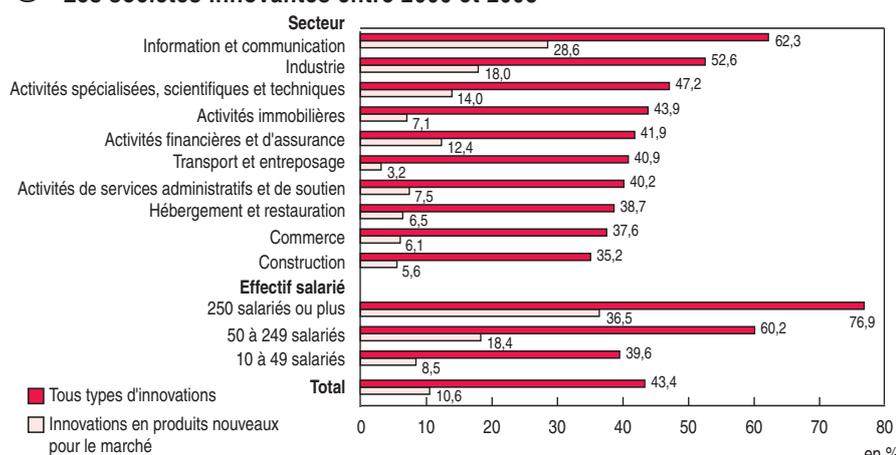
Les sociétés les plus grandes combinent souvent plusieurs types d'innovations

Quelle que soit la taille de la société, le type d'innovation le plus répandu est l'innovation en organisation : 30 % des sociétés la pratiquent (tableau 1). Cependant, beaucoup parmi les plus

grandes innover également en produits ou en procédés, contrairement aux sociétés de taille plus modeste. L'innovation en organisation est le type d'innovation le plus fréquent dans la plupart des secteurs, sauf pour le secteur de l'information et de la communication qui innove davantage en produits. Globalement, 18 % des sociétés de 10 salariés ou plus innover en produits, avec une part de chiffre d'affaires relative aux produits innovants égale à 11 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des

sociétés. Par ailleurs, elles sont près de 11 % à innover en produits nouveaux pour le marché, qui génèrent près de 6 % du chiffre d'affaires total. Afin d'assurer leur impact sur le marché ou d'optimiser leur capacité à innover, certaines sociétés combinent plusieurs types d'innovation (tableau 2). C'est le cas notamment des sociétés innovantes les plus grandes : ainsi, 40 % de celles qui emploient au moins 250 salariés conjuguent innovations de produits, de procédés et d'organisation (dont 26 % avec marketing et 14 % sans marketing). D'autre part, les innovations tournées exclusivement vers l'organisation ou vers le marketing sont également fréquentes, puisque 37 % de l'ensemble des sociétés innovantes en réalisent, en les combinant ou non.

① Les sociétés innovantes entre 2006 et 2008



Note : les activités financières et d'assurance comprennent les holdings financiers. Les secteurs représentés ici couvrent le champ complet de l'enquête.

Lecture : 37,6 % des sociétés du commerce sont innovantes. 6,1 % des sociétés de ce secteur ont développé des produits nouveaux pour leur marché.

Champ : sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France, des divisions 05 à 81 (hors division 75) de la NAF rév. 2.

Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2008.

① Proportions de sociétés innovantes par catégorie d'innovation

Secteur	En % du nombre total de sociétés					Part du chiffre d'affaires (en %) correspondant	
	Innovations technologiques	Produits	Procédés	Organisation	Marketing	aux produits nouveaux pour le marché	aux produits nouveaux (pour le marché ou pour la société)
Industrie	39,2	27,4	29,6	33,5	19,8	8,0	16,5
Construction	18,5	11,4	14,0	25,5	12,1	2,1	4,4
Commerce	20,1	11,1	14,9	25,3	20,7	5,2	8,8
Transport et entreposage	19,4	7,6	16,3	31,9	14,9	3,8	7,1
Hébergement et restauration	22,3	14,0	17,5	22,9	24,8	1,2	5,4
Information et communication	48,0	42,2	33,6	39,7	31,5	6,7	12,4
Activités financières et d'assurance	26,7	20,0	20,5	34,7	23,5	1,9	7,5
Activités immobilières	22,0	13,0	15,2	33,1	21,4	1,9	3,6
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	31,8	22,8	23,5	34,1	19,7	8,2	14,7
Activités de services administratifs et de soutien	23,5	14,7	17,4	29,8	18,3	3,2	7,4
Effectif salarié							
10 à 49 salariés	23,6	14,9	17,8	26,8	17,4	2,4	5,2
50 à 249 salariés	41,9	29,3	30,9	40,7	26,4	5,4	9,7
250 salariés ou plus	62,3	50,4	49,2	55,8	38,1	7,3	14,5
Ensemble	27,2	17,9	20,5	29,5	19,2	5,8	11,4

Note : les secteurs représentés ici couvrent le champ complet de l'enquête.

Lecture : entre 2006 et 2008, 17,9 % des sociétés de 10 salariés ou plus étaient innovantes en produits et dégageaient 11,4 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des sociétés (dont 5,8 % en produits nouveaux pour le marché et, par différence, 5,6 % en produits nouveaux pour la société uniquement). Une même société peut bien sûr réaliser des innovations de plusieurs types et toutes les sociétés n'en réalisent pas.

Champ : sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France, des divisions 05 à 81 (hors division 75) de la NAF rév. 2.

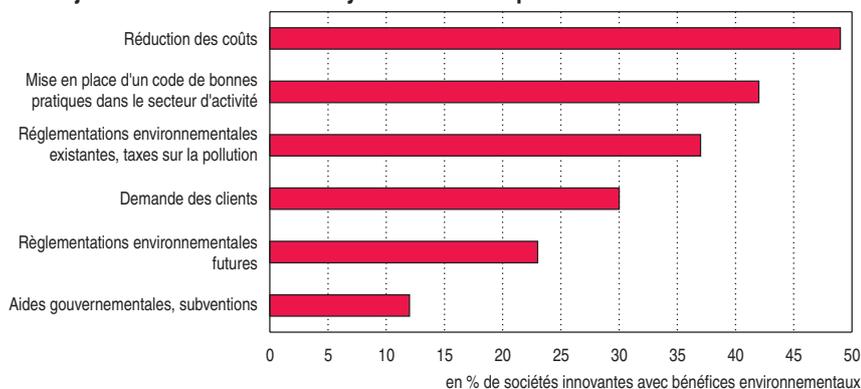
Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2008.

et 16 % d'entre elles (soit 4,3 % du total) ont reçu un soutien financier public. Plus les sociétés sont grandes, plus elles en bénéficient : c'est le cas de 23 % des

sociétés de 250 salariés ou plus à l'origine d'innovations technologiques. Les aides bénéficient particulièrement aux secteurs de l'industrie, de l'information

et de la communication, ainsi qu'aux activités spécialisées scientifiques et techniques. 60 % des sociétés aidées bénéficient d'un soutien national, alors que 58 % perçoivent le crédit d'impôt recherche (*définitions*). Par ailleurs, 48 % des sociétés aidées reçoivent une aide locale ou régionale, alors que 24 % bénéficient d'une aide européenne, cette aide concernant davantage les sociétés d'effectif salarié important. Enfin, plus d'un tiers des sociétés soutenues financièrement par l'Union européenne sont bénéficiaires du sixième ou septième programme-cadre européen pour le financement de la recherche et le développement technologique (*définitions*).

② Objectifs des innovations ayant des effets positifs sur l'environnement



Note : une même société peut renseigner plusieurs objectifs environnementaux d'innovation.

Lecture : parmi les sociétés ayant introduit une innovation apportant un bénéfice environnemental, 49 % d'entre elles innove pour réduire des coûts.

Champ : sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France, innovantes avec bénéfices environnementaux, des divisions 05 à 81 (hors division 75) de la NAF rév. 2.

Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2008.

② Innovations seules ou combinées selon la taille de la société

en % de sociétés innovantes

	10 à 49 salariés	50 à 249 salariés	250 salariés ou plus	Ensemble
Innovation seule				
Produits seulement	6	7	6	6
Procédés seulement	6	6	4	6
Organisation seulement	21	16	10	20
Marketing seulement	8	5	3	7
Combinaison d'innovations				
Produits et procédés	5	5	6	5
Procédés et organisation	8	7	6	8
Organisation et marketing	11	8	6	10
Produits, procédés et organisation	6	8	14	7
Procédés, organisation et marketing	6	5	4	6
Produits, procédés, organisation et marketing	10	15	26	12
Autres	13	18	15	13
Total	100	100	100	100

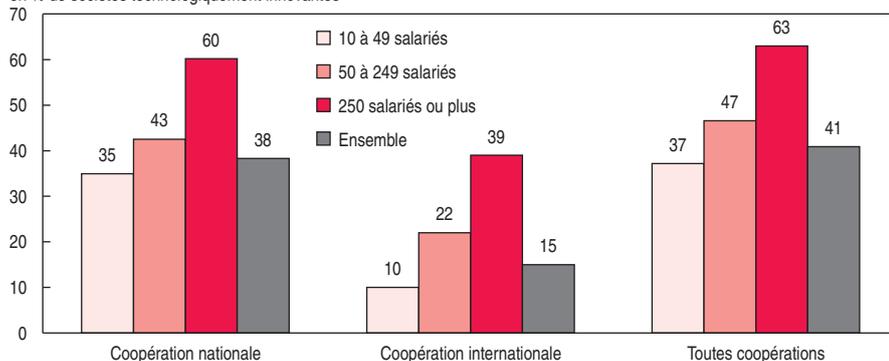
Lecture : 14 % des sociétés innovantes de 250 salariés ou plus combinent les innovations de produits, de procédés et d'organisation. À titre de comparaison, 7 % de l'ensemble des sociétés innovantes combinent ces trois catégories d'innovation.

Champ : sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France, des divisions 05 à 81 (hors division 75) de la NAF rév. 2 et innovantes entre 2006 et 2008.

Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2008.

③ Les sociétés technologiquement innovantes qui coopèrent pour leurs activités d'innovation

en % de sociétés technologiquement innovantes



Lecture : 41 % des sociétés à l'origine d'innovations technologiques ont développé des coopérations nationales ou internationales.

Champ : sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France, des divisions 05 à 81 (hors division 75) de la NAF rév. 2, et technologiquement innovantes entre 2006 et 2008.

Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2008.

Des partenariats nombreux

41 % des sociétés technologiquement innovantes concluent des accords de partenariat dans le cadre de leurs innovations (*graphique 3*). Ces accords sont plus fréquents dans le secteur des banques-assurances ainsi que dans les activités spécialisées, scientifiques et techniques (51 % des sociétés coopèrent dans chacun de ces deux secteurs). Ces partenariats sont très souvent nationaux. Conclure des accords de coopération avec l'étranger est le plus souvent le fait des plus grandes sociétés. Ainsi, 39 % des sociétés technologiquement innovantes de 250 salariés ou plus coopèrent avec des sociétés implantées à l'étranger, alors qu'elles ne sont que 10 % pour les moins de 50 salariés. Les partenaires avec lesquels sont noués ces accords sont surtout des fournisseurs (62 %) et des clients ou consommateurs (44 %). Pour les sociétés appartenant à un groupe (*définitions*), les partenariats se nouent essentiellement avec les filiales du même groupe : c'est le cas sept fois sur dix. Parallèlement, 27 % des sociétés technologiquement innovantes ont recours aux universités et 20 % aux organismes de recherche.

Améliorer la qualité, élargir la gamme de produits

Plus de la moitié des sociétés technologiquement innovantes innove d'une part pour élargir la gamme de leurs produits, d'autre part pour en améliorer la qualité. Elles sont 36 % à le faire pour conquérir de nouveaux marchés et 44 % pour accroître leurs parts de marché. En

revanche, elles sont beaucoup moins nombreuses à le faire pour réduire le coût du travail (21 %) ou développer leur capacité de production (27 %). D'un secteur à un autre, les objectifs diffèrent selon les besoins liés au secteur : ainsi, dans le secteur des transports, un tiers des sociétés technologiquement innovantes innove pour améliorer la santé ou la sécurité, contre un cinquième de l'ensemble des sociétés technologiquement innovantes. C'est l'élargissement de la gamme qui différencie le plus les secteurs, de 29 % pour les transports et l'entreposage à 67 % pour les activités financières et d'assurance.

Source

Les résultats présentés ici proviennent de l'enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2008) réalisée entre octobre 2009 et février 2010 à la demande de l'Union européenne par tous les États membres. Elle porte sur la période 2006-2008 et couvre le champ des sociétés actives, marchandes et exploitantes de 10 salariés ou plus implantées en France (métropole et DOM). Les unités interrogées dans cette enquête sont les unités légales, et correspondent donc à la définition « juridique » de l'entreprise. Lorsqu'elles appartiennent à un groupe, elles ont répondu pour elles-mêmes et non pour l'ensemble du groupe. C'est pourquoi on parle ici de « sociétés » plutôt que d'entreprises, ce qui renverrait à une définition économique plus vaste.

Les secteurs interrogés correspondent aux divisions 05 à 81 (hors division 75) de la nomenclature NAF rév. 2. À titre de comparaison, les secteurs interrogés dans l'enquête communautaire CIS 2004 correspondaient aux sections C à K de la NAF rév. 1 ainsi qu'aux sociétés de l'audio-visuel. Le champ de l'enquête a donc légèrement évolué entre 2004 et 2008, avec notamment l'apparition des activités d'assainissement, de traitement et de collecte de déchets, et la disparition de certaines activités de réparation (matériel informatique, articles de sport).

Le questionnaire de l'enquête CIS 2008 a été envoyé par voie postale ou électronique à un échantillon d'environ 25 000 sociétés (unités légales).

La part des sociétés innovantes dans les enquêtes Innovation CIS 2004 et CIS 2008

La part des sociétés qui ont innové entre 2006 et 2008 est comparable à celle des sociétés qui avaient innové entre 2004 et 2006 : d'après l'enquête CIS 2008 (*source*), entre 2006 et 2008, 43 % des sociétés de 10 salariés ou plus ont innové. D'après l'enquête CIS 2004, elles étaient 46 % entre 2002 et 2004 sur un champ légèrement différent (*source*).

Parallèlement, la part des sociétés innovantes au sens technologique pour les années 2006 à 2008 est légèrement supérieure à celle des années 2002 à 2004 (27 % contre 25 %). Malgré tout, ces différences ne sont pas significatives, si l'on tient compte de la précision des évaluations et du changement de nomenclature entre les deux enquêtes.

Définitions

Un **groupe** se compose de plusieurs unités légales distinctes se trouvant sous le contrôle financier d'une même unité appelée tête de groupe.

Un **réseau** est constitué d'un ensemble de points de vente (sociétés ou établissements) et d'une tête de réseau qui entretiennent des relations durables en établissant une communauté d'intérêts.

Conformément à la définition européenne, sont considérées comme **innovantes** les sociétés (constituées dans cette enquête par les unités légales) qui ont introduit un changement significatif ou une nouveauté dans au moins une des quatre catégories d'innovation possibles (produits, procédés, organisation, marketing) ou qui ont entrepris des activités d'innovation, que celles-ci aient conduit ou non à une innovation sur la période de référence.

L'**innovation de produits** consiste pour une société à mettre sur le marché un produit nouveau (bien ou service) ou significativement modifié par rapport aux produits précédemment élaborés par la société, même si ce type de produits était déjà proposé sur le marché.

L'**innovation de procédés** consiste à introduire dans la société un procédé de production, une méthode concernant la fourniture de services ou la livraison de produits, une activité de support, nouveaux ou significativement modifiés.

L'**innovation d'organisation** consiste en une nouveauté ou une amélioration significative apportées au fonctionnement de la société (y compris la gestion des connaissances), à la méthode d'organisation du travail ou à ses relations externes.

L'**innovation de marketing** consiste à mettre en œuvre des concepts ou des stratégies de vente nouveaux ou qui diffèrent significativement des méthodes de vente existant dans la société.

L'**innovation technologique** : une société est dite **technologiquement innovante** lorsqu'elle est innovante en produits, ou en procédés, ou lorsqu'elle a entrepris des activités d'innovation dans ces domaines, que celles-ci aient conduit ou non à une innovation.

Le **crédit d'impôt recherche** est une mesure fiscale créée en 1983, pérennisée et améliorée par la loi de finances 2004 et à nouveau modifiée par la loi de finances 2008. Elle a pour but de baisser le coût des opérations de recherche-développement des sociétés. Le crédit d'impôt recherche soutient l'effort de recherche-développement afin d'accroître leur compétitivité.

Le **programme-cadre pour la recherche et le développement technologique** est un programme de financement créé par l'Union européenne afin d'encourager et soutenir la recherche européenne pour conforter la compétitivité de l'industrie.

Bibliographie

Cordellier C., « Services et industrie : différents types d'innovations pour améliorer les performances », *Insee Première* n° 1256, septembre 2009.

Kremp É., Rousseau S., « Un quart des entreprises innovent - Souvent moyennes ou grandes, elles réalisent 60 % du chiffre d'affaires », *Le 4 Pages des statistiques industrielles* n° 222, Sessi, août 2006.

INSEE PREMIERE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : www.insee.fr (rubrique Publications)

Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=abonnements/liste-abonnements.htm>

BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIERE - Tarif 2010

Abonnement annuel : 74 € (France) 92 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Tél : _____

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ €.

Date : _____ Signature

Direction Générale :
18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14
Directeur de la publication :
Jean-Philippe Cotis
Rédacteur en chef :
Gilles Rotman
Rédacteurs :
L. Bellin, A.-C. Morin,
C. Perrel, C. Pfister
Maquette : RPV
Impression : Jouve
Code Sage IP101314
ISSN 0997 - 3192
© INSEE 2010

