
FICHES THÉMATIQUES

2.1 L'investissement corporel dans l'industrie manufacturière

En 2006, les investissements corporels des entreprises de l'industrie manufacturière (hors IAA) ont augmenté d'environ 4 % en valeur. Cette hausse conforte le redémarrage entamé en 2005 après quatre années de contraction des investissements.

Pour 2007, les industriels envisagent d'augmenter leurs dépenses d'équipement de 7 % en valeur, selon l'enquête de l'Insee sur les investissements. Le taux d'utilisation des capacités de production des industries manufacturières a atteint 85,3 % au deuxième trimestre 2007 et se situe plus d'un point au-dessus de sa moyenne de longue période. Ce facteur laisse attendre une poursuite de la hausse de l'investissement.

La reprise des investissements corporels en 2006 a été importante dans les activités de haute technologie, avec un vif rebond dans les secteurs de la pharmacie (+ 26 %), des industries électriques et électroniques (+14 %) et de leurs composants (+ 54 %).

Dans les biens d'équipement, les investissements continuent à croître en 2006 (+ 4 %), mais à un rythme un peu moins soutenu que l'année précédente. Ce ralentissement est dû au recul de l'investissement des constructeurs de matériel de transport, après une hausse de 10 % en 2005. Cependant, le secteur de la mécanique continue d'augmenter ses investissements et le secteur des équipements électriques et électroniques amorce une extension de ses capacités de production.

En reprise, l'investissement des secteurs des biens intermédiaires représente la moitié des investissements corporels de l'industrie en 2006. Les dépenses d'équipement du secteur des composants électriques et électroniques rebondissent vivement. Face à une forte demande, l'industrie des produits minéraux (verre, ciment, matériaux...) construit de nouvelles installations et modernise ses unités de production.

Dans les biens de consommation, les investissements augmentent en 2006 pour la première fois depuis 2001. C'est surtout la pharmacie qui dynamise ses investissements. À l'inverse, les investissements chutent de 7 % en 2006 dans l'industrie automobile, poursuivant une baisse entamée en 2002. Premier investisseur industriel devant la chimie et la métallurgie, ce secteur est engagé dans une stratégie de mondialisation de son appareil de production. Les constructeurs et les équipementiers se développent surtout à l'étranger et, dans un conjoncture morose, ils diffèrent leurs investissements de capacité en France.

La croissance des investissements a été plus importante dans les grandes entreprises (+ 4 %) que dans les PME (+ 1 % pour les entreprises de 20 à 249 salariés), à l'inverse de l'année 2005. Cet écart de croissance entre petites et grandes entreprises est marqué dans les biens de consommation et les biens intermédiaires. Dans l'industrie manufacturière, le montant des investissements corporels reste nettement inférieur à celui des investissements dits « immatériels » ou incorporels (24 milliards d'euros, y compris IAA, contre plus de 42 milliards d'euros de dépenses en recherche et développement, publicité, logiciels et formation). Face à une concurrence accrue, la compétitivité repose de manière croissante sur la qualité et la différenciation des produits ainsi que sur leur contenu en innovation.

Le taux d'investissement des entreprises industrielles, rapporté à leur valeur ajoutée, n'a cessé de diminuer de 2001 à 2004, passant de 14,6 % à 11,3 %. En 2005, il se redresse légèrement à 11,5 % et ce mouvement devrait se poursuivre en 2006.

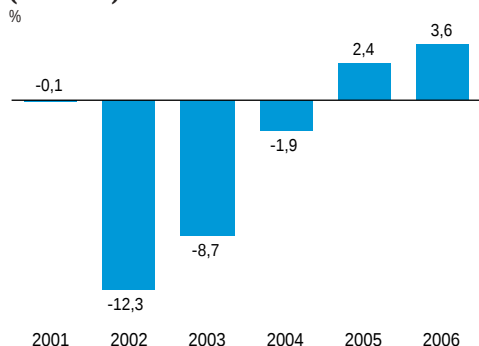
En 2005, le taux d'investissement était resté stable à 12,5 % pour les grandes entreprises et s'était amélioré pour les PME, passant de 9,3 % à 10 %. En 2006, celui des grandes entreprises devrait se redresser. ■

Pour en savoir plus

- Jacod C. et Pliquet E. : « L'industrie manufacturière en 2006 : les exportations tirent la croissance », *Le 4 Pages*, Sessi, n° 236, juillet 2007.
- <http://www.industrie.gouv.fr/sessi/index.htm>

L'investissement corporel dans l'industrie manufacturière 2.1

1. Variation annuelle des investissements corporels dans l'industrie manufacturière (hors IAA)

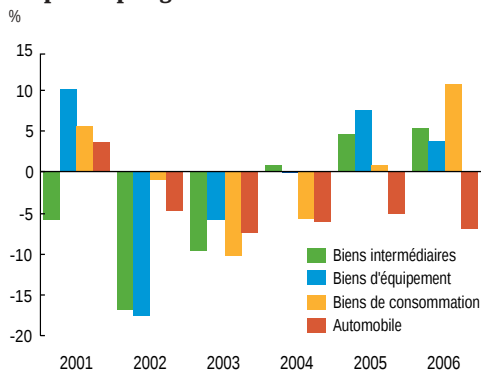


Évolution à champ constant.

Champ : industrie manufacturière hors IAA.

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise.

2. Variation annuelle des investissements corporels par grand secteur

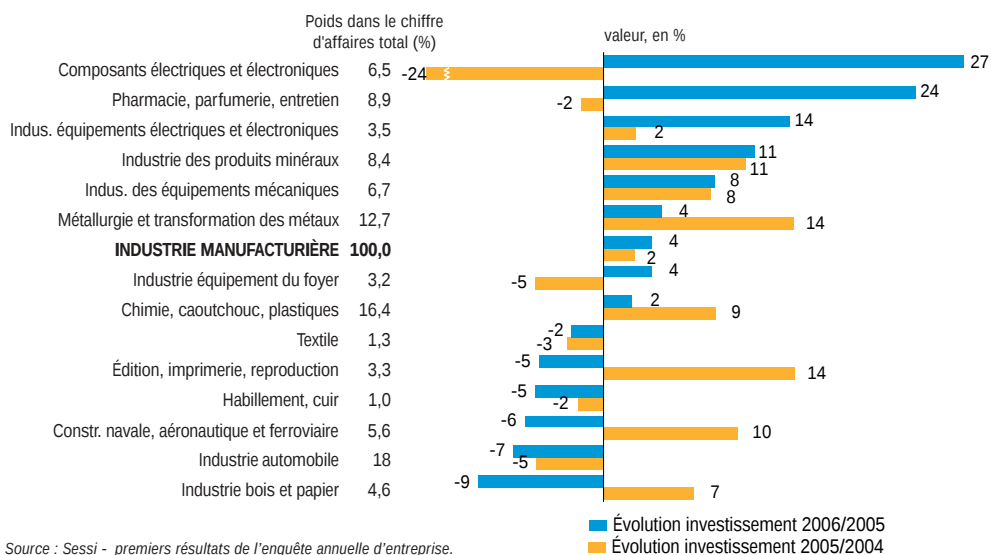


Évolution à champ constant.

Champ : industrie manufacturière hors IAA.

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise.

3. Évolution de l'investissement par secteur en 2005 et en 2006



Source : Sessi - premiers résultats de l'enquête annuelle d'entreprise.

4. Taux d'investissement en valeur par secteur d'activité

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Biens de consommation	8,9	9,2	9,3	8,9	9,1	9,1	8	7,7	7,7
Industrie automobile	22,3	16,8	19,8	24,8	26,8	24,3	22,6	19,6	19,5
Biens d'équipement	7,5	8,1	8,1	8,5	9,6	7,7	7,2	7,3	7,5
Biens intermédiaires	13,9	15,6	15,8	17,4	17	14,4	13,3	12,9	13,5
Industrie manufacturière (hors IAA)	12,1	12,5	13,1	14,4	14,6	12,8	11,7	11,3	11,5

Champ : entreprises de 20 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (hors IAA).

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise.

2.2 L'effort de recherche et développement des entreprises

En 2005, le montant global de dépenses intérieures de recherche et développement (DIRD*) s'est élevé, en France, à 36,7 milliards d'euros, contre 35,5 milliards en 2004. La France conserve la quatrième position au sein de l'OCDE, avec 5,3 % des dépenses de R & D, derrière les États-Unis (43 %), le Japon (16 %) et l'Allemagne (8 %). Elle précède le Royaume-Uni (4,8 %) et la Corée du Sud (3,9 %). L'intensité de cet effort de recherche s'établit pour la France à 2,13 % du PIB en 2005, contre 2,23 % en 2002. Ce ratio situe la France au dixième rang au sein de l'OCDE, au-dessus de la moyenne de l'UE à 27 (1,74 %) et du Royaume-Uni (1,78 %) mais derrière l'Allemagne (2,46 %). Comme pour la plupart des autres pays européens, l'intensité de la R & D globale en France est très en retrait par rapport à celle du Japon (3,33 %), de la Corée du Sud (2,99 %) et des États-Unis (2,62 %).

Quant aux dépenses intérieures de R & D des entreprises (DIRDE*), elles se sont élevées à 22,9 milliards d'euros en 2005, contre 22,2 milliards d'euros en 2004. L'intensité de l'effort de R & D fourni par les entreprises, mesuré par le montant de la DIRDE rapporté au PIB, place la France (1,34 % en 2005, après 1,46 % du PIB en 2002) au-dessus du Royaume-Uni (1,10 % du PIB) et de la moyenne de l'UE à 27 (1,09 %). La France est largement devancée par l'Allemagne (1,71 %). Au sein des pays de l'OCDE, la France se situe au douzième rang, nettement distancée par le Japon (2,54 %) et les États-Unis (1,82 %). Sur la période 1998-2004, le taux de croissance annuel moyen de la DIRDE en France (+ 3,3 %) se situe en dessous de la moyenne de l'UE à 15 (+ 6,3 %) et du rythme de croissance des grands pays voisins, comme l'Allemagne (+ 5,7 %) et le Royaume-Uni (+ 6,6 %). La persistance de ce moindre dynamisme est de nature à entamer à terme la

compétitivité et la capacité d'innovation des entreprises françaises.

L'industrie manufacturière représente une part largement prépondérante des dépenses de R & D des entreprises. Près de 86 % de ces dépenses, soit 19,7 milliards d'euros, sont effectuées par l'industrie manufacturière. L'industrie automobile, la pharmacie-parfumerie, les matériels et composants électroniques ainsi que la construction aéronautique et spatiale réalisent 53 % de la DIRDE en 2005. Chacune de ces branches exécute plus de 10 % des dépenses de recherche des entreprises. Les dépenses de R & D dans l'industrie restent concentrées dans un petit nombre d'entreprises. Ainsi, les entreprises de plus de cent chercheurs, qui ne représentent que 2 % des entreprises en 2004, réalisent 65 % de la DIRDE. À l'opposé, celles de moins de cinq chercheurs, qui représentent 68 % des entreprises, ne réalisent que 6 % de la DIRDE. En matière de ressources humaines mobilisées pour la recherche, la France se situe loin derrière les pays scandinaves, le Japon et les États-Unis, mais elle devance l'Allemagne et le Royaume-Uni. En termes d'évolution, au cours des dix dernières années, la croissance des effectifs de chercheurs s'est située dans la moyenne européenne et au même niveau que celle des États-Unis.

Même si le nombre de chercheurs en France est relativement important en comparaison des principaux pays européens, du fait de l'importance de la recherche publique, la part des chercheurs dans le secteur des entreprises privées (environ 53 % en 2004, contre 47 % en 2000) est particulièrement faible par rapport aux pays leaders : États-Unis (80 %), Japon (68 %), Allemagne (61 %) ou encore Suède (68 %). Cette particularité limite vraisemblablement la capacité d'innovation des entreprises françaises. ■

Pour en savoir plus

- * Voir « Définitions » en annexe.
- Présentation détaillée des chiffres clés sur la recherche en consultation sur le site internet du Bureau des études statistiques sur la recherche : <http://cisad.adc.education.fr/reperes>

L'effort de recherche et développement des entreprises 2.2

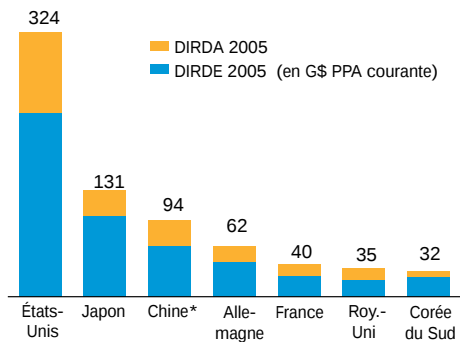
1. Les dépenses de R & D des entreprises industrielles en France

	Dépense intérieure de R & D			% du total	Financements publics reçus	
	2003	2004	2005	2005	% du total	% de DIRDE
Dépenses intérieures de R & D	34 577	35 534	36 659	-	-	-
Dépenses intérieures de R & D des entreprises	21 646	22 210	22 934	100,0	100,0	9,1
dont branches industrielles hors énergie :	18 501	19 188	19 685	85,8	94,0	10,2
automobile	3 192	3 365	3 544	15,5	0,6	0,3
pharmacie	2 993	3 028	3 115	13,6	1,4	0,9
matériels et composants électroniques	2 763	2 730	2 904	12,7	14,0	23,5
construction aéronautique et spatiale	2 267	2 641	2 634	11,5	42,4	29,5
instruments de mesure, radio-détection	1 420	1 433	1 472	6,4	15,9	23,5
chimie	1 357	1 373	1 331	5,8	2,3	3,8
machines et d'équipements	1 049	1 072	1 108	4,8	14,4	27,5

Source : Ministère délégué à l'enseignement supérieur et à la recherche (MEN-DEPP-C2) - 2007.

2. Les dépenses intérieures de R & D par pays (DIRD et DIRDE)

milliards de \$ PPA courants

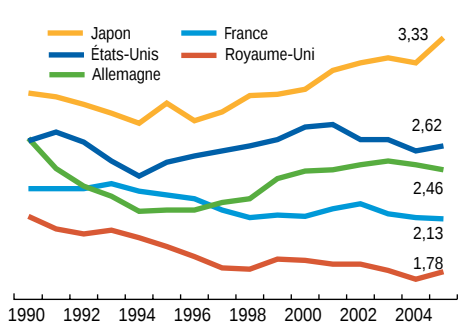


* 2004

Source : OCDE - Principaux indicateurs de la science et de la technologie, 2007, volume 1.

3. Intensité de l'effort global de R & D (DIRD/PIB)

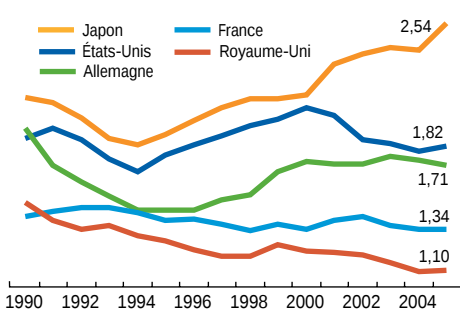
% du PIB



Source : OCDE, principaux indicateurs de la science et de la technologie, 2007-1.

4. Intensité de l'effort de R & D des entreprises (DIRDE/PIB)

% du PIB



Sources : OCDE, principaux indicateurs de la science et de la technologie, 2007-1.

5. Nombre de chercheurs dans les entreprises des principaux pays industrialisés de l'OCDE en 2005

	Chercheurs en entreprise milliers	Chercheurs en entreprise % total national	Chercheurs en entreprise pour 1 000 emplois dans l'industrie
États-Unis	1 104	79	11,6
Japon	481	68	12,8
Allemagne	165	61	6,1
France (2004)	106	53	6,5
Corée du Sud	138	77*	7,7
Royaume-Uni	95	56	4,6
Suède	37	68	14,2
UE-27	622	48	4,0

*estimation

Source : OCDE - Principaux indicateurs de la science et de la technologie, 2007 volume 1.

2.3 Le financement public de la R & D des entreprises

En 2005, les entreprises ont financé 80 % de leurs propres travaux de recherche, dont plus des trois quarts le sont par autofinancement. Les administrations y ont participé pour 11,3 %, sous forme de contrats de recherche ou de subventions. Le complément, soit 8,8 %, est assuré par les flux financiers provenant de l'étranger (entreprises et autres organismes). Depuis de nombreuses années, ce sont les entreprises qui ont financé l'accroissement de leurs dépenses de R & D. En effet, la part de l'État dans le financement des dépenses de R & D des entreprises (DIRDE) a diminué de 2,2 points, passant de 13,5 % en 1996 à 11,3 % en 2005 et celle des financements étrangers a reculé de 2,6 points. Parallèlement, le financement de la DIRDE par les entreprises a augmenté de 4,8 points entre 1996 et 2005. En plus de vingt ans, l'autofinancement des entreprises a progressé d'environ 30 %, le financement privé venant de France ou de l'étranger de 17 %, alors que le financement public a reculé d'environ 30 %. L'évolution du financement public de la DIRDE recouvre une période de net reflux entre 1992 et 1998, puis une phase de lente remontée. En 2005, le financement public s'est stabilisé à 2,6 milliards d'euros.

Les modes de financement public de la R & D des entreprises restent diversifiés, le financement public de la DIRDE s'effectuant par plusieurs canaux budgétaires :

- les contrats militaires de R & D (1,79 G€ en 2005, contre 1,68 G€ en 2004) ;
- les contrats civils de R & D (0,47 G€) liés à l'exécution des grands programmes technologiques dans les domaines de l'espace, de l'aéronautique, du nucléaire et des TIC ;
- les crédits incitatifs des ministères, des agences et les financements des régions (0,3 G€ en 2005, contre 0,32 G€ en 2004).

Le financement public est concentré sur le secteur de la construction aéronautique et spatiale. Les entreprises de ce secteur bénéficient, en effet, à elles seules de 40 % du financement public, part en légère diminution. Le secteur des équipements de communication représente, quant à lui, 18,5 % des dépenses

des programmes civils de l'État. Par ailleurs, la recherche se concentre dans les entreprises de très grande taille (plus de 2 000 salariés) qui bénéficient d'aides multiples représentant près de 70 % des financements publics. Les petites entreprises reçoivent essentiellement des crédits incitatifs.

Le soutien public en France reste nettement supérieur à celui de l'Allemagne et du Japon. Depuis les années quatre-vingt-dix, les grands pays de l'OCDE ont réduit en valeur le montant des financements publics alloués à la recherche réalisée en entreprise. Ce recul a été particulièrement marqué en France et aux États-Unis sous l'impact de la baisse des financements militaires en direction des entreprises. L'évolution récente montre qu'un redressement intervient aux États-Unis, au Royaume-Uni et en France. ■

Les dispositifs fiscaux de soutien à l'effort de R & D des entreprises

Outre le financement public de la R & D, il existe des mesures fiscales destinées à dynamiser l'effort de recherche des entreprises telles que le crédit impôt recherche (CIR) ainsi que le statut de « jeune entreprise innovante » (JEI).

Jusqu'en 2003, le crédit impôt recherche était attribué aux entreprises dont les dépenses de recherche étaient en progression par rapport à la moyenne des deux années précédentes. En 2004 et 2005, une part au volume ayant été ajoutée à la part en accroissement du CIR pour en accentuer l'effet incitatif, le montant de l'allègement fiscal a bondi de 428 M€ en 2003, à 890 M€ en 2004, puis à 982 M€ en 2005. Pour 2006, il est estimé que pour 7 400 entreprises déclarantes le crédit impôt-recherche devrait s'élever autour de 1,4 G€.

Le projet de loi de finances pour 2008 prévoit, de nouveau, une amplification du dispositif du crédit impôt-recherche, avec la suppression de la part accroissement et l'augmentation du taux d'allègement au volume.

Pour en savoir plus

- Présentation détaillée des chiffres clés sur la recherche en consultation sur le site internet du Bureau des études statistiques sur la recherche : <http://cisad.adc.education.fr/reperes>

Le financement public de la R & D des entreprises 2.3

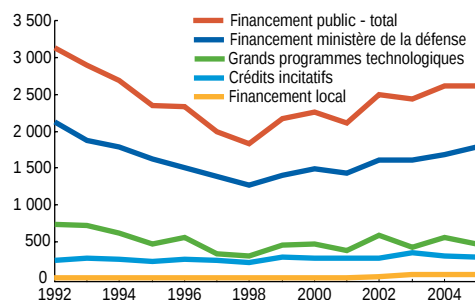
1. Financement de la dépense intérieure de R & D des entreprises

Origines des financements	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Entreprises :	75,1	78,0	80,5	79,8	79,6	81,6	78,6	78,4	77,5	79,8
autofinancement	56,3	59,9	64,5	62,9	61,7	63,8	61,0	61,2	59,2	63,1
financement privé	18,8	18,0	16,0	16,9	17,8	17,8	17,6	17,2	18,3	16,7
Financement étranger	11,4	10,6	9,3	8,8	9,0	8,7	10,2	10,4	10,8	8,8
Financement public	13,5	11,4	10,2	11,4	11,4	9,8	11,2	11,2	11,7	11,3
DIRDE (G€)	17,1	17,3	17,6	18,6	19,3	20,8	21,8	21,6	22,2	22,9

Source : Ministère délégué à l'enseignement supérieur et à la recherche (MEN-DEPP-C2).

2. Modes du financement public de la R & D en entreprise (y compris CIR)

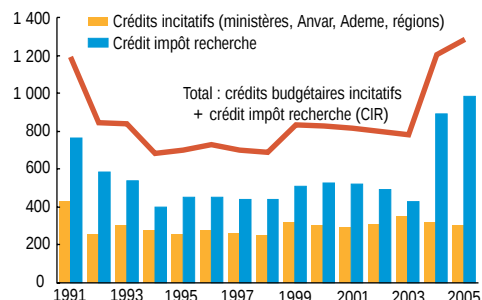
millions d'euros



Source : Ministère délégué à l'enseignement supérieur et à la recherche (MEN-DEPP-C2).

3. Crédits incitatifs des ministères et organismes et mesures fiscales (crédit impôt recherche)

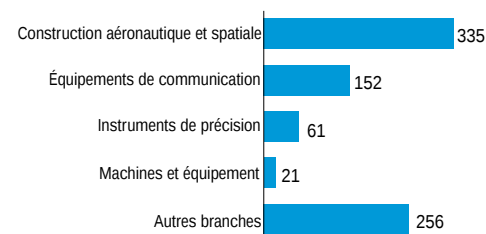
millions d'euros



Source : Ministère délégué à l'enseignement supérieur et à la recherche (MEN-DEPP-C2).

4. Programmes de recherche civile en 2005

millions d'euros



Source : Ministère délégué à l'enseignement supérieur et à la recherche (MEN-DEPP-C2).

5. Comparaison internationale du financement public de la R & D des entreprises

	Part de la DIRDE financée par des crédits publics*				
	États-Unis	Roy-Uni	France**	Allemagne	Japon
1992	19,2	12,5	16,4	10,7	1,1
2000	8,6	8,8	10,0	6,9	1,7
2001	8,4	7,8	8,4	6,7	1,4
2002	8,5	7,1	10,3	6,2	1,5
2003	8,9	9,6	11,1	6,1	1,4
2004	9,7	10,4	9,3	5,9	1,3
2005	9,7	8,6	n.d.	n.d.	1,2

* le ratio est (re)calculé en interne par l'OCDE.

** déduction faite des avances remboursées et hors le crédit impôt recherche.

Source : OCDE - Principaux indicateurs de la science et de la technologie.

2.4 Les dépôts de brevets

Bien que le lien entre brevets* et innovation* soit complexe, les statistiques de dépôts de brevets donnent un éclairage sur les performances technologiques et la capacité d'innovation d'un pays.

La France détient 4,5 % des 53 000 brevets « triadiques » dénombrés pour l'année 2003. Cette part est trois fois inférieure à celle de l'Allemagne (13,5 %). L'économie américaine détient plus d'un tiers (36 %) du total, et le Japon plus d'un quart (26 %). De plus, la position de la France se caractérise par sa faiblesse relative dans deux domaines considérés comme stratégiques : les biotechnologies et les technologies de l'information et de la communication.

Rapporté au produit intérieur brut (PIB), le nombre de brevets triadiques n'a que faiblement augmenté (+ 5 %) en France entre 1991 et 2003. Relativement à leur activité, l'ensemble des acteurs de l'économie (entreprises, instituts de recherche privés ou publics, personnes physiques) ne déposent donc pas plus de brevets aujourd'hui qu'il y a dix ans, alors que les économies européennes (UE à 15) ont connu des évolutions beaucoup plus dynamiques (+ 38 %).

Plus qu'au PIB, c'est à l'effort destiné à accroître le stock de connaissances de l'économie que le dépôt de brevet est lié. En rapportant le nombre de brevets déposés à la dépense privée de R & D, les performances de l'économie française apparaissent inférieures aux moyennes européennes et à celles de l'OCDE en 2003. Surtout, elles sont en retrait par rapport à 1991, alors que les performances des Pays-Bas, de l'Allemagne et du Royaume-Uni ont fortement augmenté au cours de la même période.

Au-delà de la spécificité française liée à la part élevée de la recherche publique, dont la propension à breveter est structurellement faible, la propension à breveter des entreprises industrielles françaises semble peu élevée : 21 % des entreprises industrielles de 20 salariés ou plus ont déposé au moins un brevet au cours de la période 2002 à 2004. Cette proportion ne s'élève qu'à 30 % pour les entreprises

innovantes au sens large (voir enquête communautaire sur l'innovation - CIS4), taux inférieur de trois points de pourcentage à celui de leurs homologues allemandes. S'agissant des entreprises déclarant avoir introduit un produit nouveau pour le marché, une sur deux a demandé une protection par brevet au cours de la période 2002-2004.

Les comparaisons internationales agrégées, fondées sur les statistiques de brevets, tendent à surestimer l'intensité d'innovation des pays qui sont fortement présents dans les activités où le savoir est aisément codifiable et incorporé dans des produits menacés de *reverse engineering* (rétro-conception) par les concurrents (pharmacie, électronique notamment). De plus, elles sous-estiment l'innovation dans les pays qui sont axés sur l'innovation de procédé et où les connaissances utilisées sont plus difficilement codifiables (imprimerie par exemple). Pour la France, cet effet structurel semble secondaire. Par contre, la propension à breveter des entreprises est très liée à leur taille. Or, le tissu industriel français souffre d'un manque d'entreprises de taille suffisante (50 à 249 salariés notamment) qui pourrait expliquer la faiblesse sectorielle des dépôts de brevets.

Enfin, les entreprises industrielles ne se limitent pas au recours au brevet mais utilisent de multiples stratégies d'appropriation de leurs innovations. 30 % des entreprises innovantes en produits associent le brevet à d'autres droits de propriété industrielle (en particulier aux marques), et 10 % l'associent à d'autres modes d'appropriation non institutionnels : secret industriel, complexité à la conception et avance technologique sur les concurrents. ■

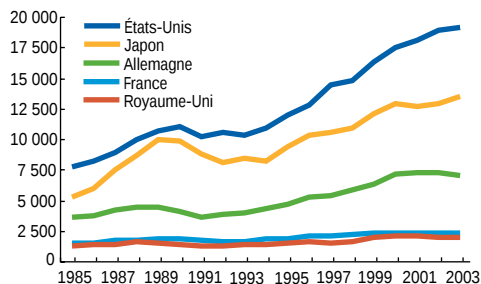
Familles triadiques de brevets

Pour améliorer la comparabilité internationale, en neutralisant certains biais statistiques, l'OCDE dénombre les « familles de brevets triadiques », brevets déposés simultanément auprès des principaux offices mondiaux de brevets : Office européen des brevets (OEB), Offices de brevets japonais (JPO) et américain (USPTO).

Pour en savoir plus

- * Voir « Définitions » en annexe.
- Lelarge C. : « Les dépôts de brevets des entreprises industrielles françaises », *Le 4 Pages*, Sessi, n° 237, septembre 2007.
- « Les entreprises innovantes et l'utilisation des brevets et autres droits de la propriété intellectuelle », Statistiques en bref, 91/2007, Eurostat.

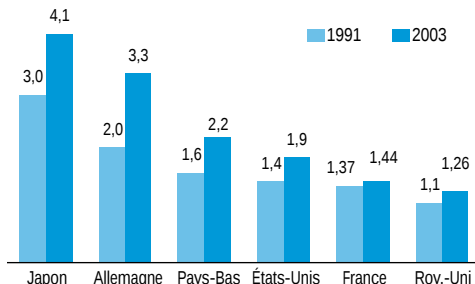
1. Nombre de familles triadiques de brevets par pays



Source : OCDE 2006 - Compendium statistique sur les brevets (estimations pour 2003).

2. Nombre de familles triadiques de brevets rapportées au PIB

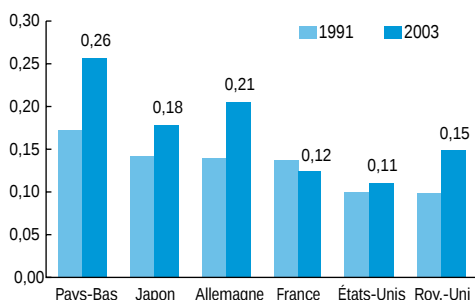
milliards US dollars 2000 corrigés de la PPA



Source : OCDE 2006 - Compendium statistique sur les brevets (estimations pour 2003).

3. Nombre de familles triadiques de brevets rapportées aux dépenses privées de R & D

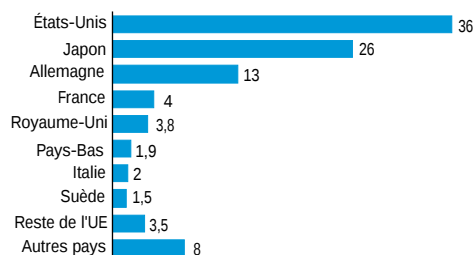
nombre pour un million de dollars



Source : OCDE 2006 - Compendium statistique sur les brevets (estimations pour 2003).

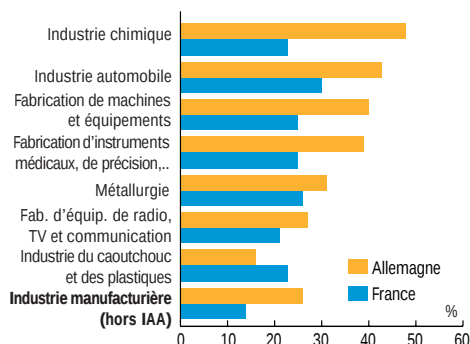
4. Familles triadiques de brevets des principaux pays de l'OCDE

%



Source : OCDE 2006 - Compendium statistique sur les brevets (estimations pour 2003).

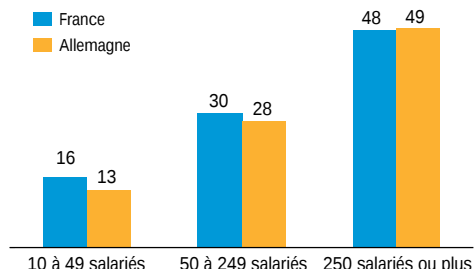
5. Propension à breveter dans les secteurs les plus concernés, en France et en Allemagne



Champ : entreprises de 10 salariés ou plus, tous types de brevets.
Source : Eurostat - Enquête communautaire sur l'innovation, 2004 (CIS4).

6. Taux d'entreprises innovantes ayant demandé un brevet par taille en France et en Allemagne

%



Champ : entreprises innovantes de 10 salariés ou plus, tous types de brevets.

Source : Eurostat - Enquête communautaire sur l'innovation, 2004 (CIS4).

2.5 Les marques, dessins et modèles

Les marques constituent pour les entreprises un moyen de distinguer leurs biens ou services de ceux de leurs concurrents, en particulier ceux dont la qualité n'est pas directement identifiable à l'achat. La protection peut prendre diverses formes (nom patronymique ou nom de fantaisie, chiffres, lettres, dessin, etc.). Le dépôt d'une marque auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) assure une protection sur le territoire français pour une durée de dix ans, indéfiniment renouvelable.

En 2005, dans l'ensemble de l'économie, la production des entreprises commercialisée sous une marque a représenté la moitié de leur chiffre d'affaires. Plus les entreprises sont grandes, plus elles réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires sous une marque. Cette part atteint 69 % pour les entreprises de 1 000 salariés ou plus. Elle est de 31 % pour les entreprises médianes et de 19 % pour les moins de 250 salariés. C'est dans l'industrie que les entreprises commercialisent la plus grande partie de leur chiffre d'affaires sous une marque : 58 %, contre 45 % dans le commerce et 42 % dans les services.

Au sein de l'industrie, de fortes disparités existent entre secteurs. La part du chiffre d'affaires commercialisé sous une marque est de 98 % dans l'industrie automobile, de 95 % dans la pharmacie, parfumerie et entretien et de 84 % dans les équipements du foyer. Elle est sensiblement inférieure dans l'habillement et le cuir (65 %) mais cela tient au poids important des PME dans ce secteur, qui fait partie de ceux où les entreprises, « toutes choses égales par ailleurs » vendent le plus sous des marques.

Les entreprises peuvent être propriétaires de leurs marques. Mais la création ou l'acquisition d'une marque représente un coût et sa valorisation au cours du temps nécessite des moyens humains et financiers. Les entreprises peuvent donc aussi commercialiser leurs produits ou services sous une marque dont elles ne sont pas propriétaires, par le biais d'une licence. De fait, seule une entreprise sur

dix était propriétaire d'au moins une marque en 2005. La taille est déterminante : 84 % des grandes entreprises sont propriétaires d'au moins une marque, contre 58 % des entreprises médianes, 19 % des PME et moins de 9 % des microentreprises. Les grandes entreprises commercialisent plus de 64 % de leur chiffre d'affaires sous une marque dont elles sont propriétaires, contre 25 % pour les entreprises médianes, 15 % pour les PME et 4 % pour les microentreprises. Cette part est particulièrement élevée pour les grandes entreprises industrielles puisqu'elle atteint 79 %, contre 62 % et 61 % pour celles du commerce et des services respectivement.

La contrefaçon touche 8 % des entreprises dans l'ensemble de l'économie. Cette proportion est de 17 % dans l'industrie manufacturière. Si, *a priori*, la contrefaçon concerne l'ensemble des droits de la propriété intellectuelle, en pratique, elle est surtout liée aux marques. Ainsi, 67 % des entreprises propriétaires de marques et 58 % de celles qui utilisent des licences de marques sont victimes de contrefaçon, contre 1 % des autres entreprises. Les marques étant plus répandues parmi les plus grandes unités, la proportion d'entreprises concernées par la contrefaçon croît avec la taille : 24 % des grandes en sont victimes, 21 % des entreprises médianes, 12 % des PME et moins de 8 % des microentreprises.

Par ailleurs, « les dessins et modèles » protègent les créations esthétiques et s'appliquent à la forme ou à l'aspect extérieur donné à un produit. Le dessin correspond à un graphisme bidimensionnel alors que le modèle caractérise un objet tridimensionnel. Sur le territoire français, cette protection peut s'obtenir soit par la voie nationale (INPI), principalement utilisée par les déposants français, soit par une procédure internationale, soit, depuis 2003, par la voie communautaire (OHMI). Dans les statistiques, il est possible de compter le nombre de dépôts et le nombre de dessins et modèles ; un dépôt pouvant contenir un ou plusieurs dessins ou modèles. ■

Pour en savoir plus

• Pliquet E. et Riedinger N. : « Deux tiers des entreprises propriétaires de marques subissent des contrefaçons », *Le 4 pages*, Sessi, n° 235, juillet 2007.

1. Part du chiffre d'affaires couvert par les marques

%

Secteurs d'activités	Proportion d'entreprises propriétaires de marques	Part du CA couvert par une marque	dont par une marque propriétaire
Industrie des biens de consommation	24	82	92
Industrie automobile	7	98	100
Industrie des biens d'équipement	20	29	86
Industrie des biens intermédiaires	15	51	85
industrie manufacturière (hors IAA)	20	59	93
Industries agricoles et alimentaires	6	50	79
Ensemble des entreprises	10	49	86

Source : Sessi, enquête immatériel 2005.

2. Part du chiffre d'affaires soumis à contrefaçon

%

Secteurs d'activités	Proportion d'entreprises subissant la contrefaçon	Part estimée du CA réalisé sur des produits et/ou services ayant fait l'objet de contrefaçons
Industrie des biens de consommation	27,6	4,5
Industrie automobile	5,0	12,0
Industrie des biens d'équipement	17,2	3,0
Industrie des biens intermédiaires	12,2	3,4
industrie manufacturière (hors IAA)	17,3	5,6
Industries agricoles et alimentaires	3,4	2,2
Ensemble des entreprises	7,8	3,3

Source : Sessi, enquête immatériel 2005.

3. Dépôts de dessins et modèles par la voie nationale

	2002	2004	2006	Évolution en % 2006/2005
Nombre de dépôts	7 923	6 490	5 989	-4,9
dont procédure simplifiée	1 031	1 312	1 436	0,5
dont dépôts par des Français	6 089	6 188	5 801	-4,4
Nombre de dessins et modèles	63 750	69 425	71 494	5,9
dont procédure simplifiée	43 255	51 965	55 688	11,0
dont modèles français	59 761	68 411	70 764	7,1

Source : INPI.

4. Dépôts de dessins et modèles par la voie communautaire

	2004	2005	2006	Évolution en % 2006/2005
Nombre de dépôts	14 031	16 817	17 628	4,8
représentant :				
- dessins et modèles reçus	53 893	63 648	69 720*	8,8
- dessins et modèles publiés	53 086	62 555	69 540	11,2

* Avec 6 223 modèles déposés, la France arrive au 4e rang des principaux pays déposants, derrière l'Allemagne (16 736), l'Italie (10 584) et les États-Unis (6 613).

Source : INPI.

2.6 Le tableau de bord européen de l'innovation

Publiée en février 2007, la sixième édition du tableau de bord européen de l'innovation*, mis au point par la Commission européenne pour évaluer les performances et les progrès des pays membres en matière d'innovation, permet de constater :

- la réduction des écarts de performances de l'Union européenne (UE-15) avec les grands pays concurrents (les États-Unis et le Japon à un degré moindre) ;
- le maintien du *leadership* en matière d'innovation des pays scandinaves (Suède, Finlande et Danemark) et de l'Allemagne ;
- la légère perte de vitesse de certains pays innovateurs comme le Royaume-Uni et la France ;
- le processus engagé de convergence des performances d'innovation des États membres de l'UE.

L'indice synthétique de l'innovation, qui évalue la capacité d'innovation d'un pays par rapport à celle des autres pays de l'Union européenne, place la France, en 2006, au 8^e rang européen, légèrement au-dessus de la moyenne des pays de l'UE-25, dans le groupe de pays « suiveurs » (Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique, Autriche et Irlande). Elle reste derrière l'Allemagne (4^e rang) et le Royaume-Uni (6^e rang). L'indice synthétique d'innovation de la France s'est stabilisé par rapport à celui de l'année 2005. La batterie de 25 indicateurs d'innovation, destinés à cerner les différents aspects des processus d'innovation, se répartit en cinq domaines : les moteurs de l'innovation, la création de connaissances, l'innovation et l'esprit d'entreprise, les applications et la propriété intellectuelle.

Pour la France, une quinzaine d'indicateurs se situent au-dessus de la moyenne de l'UE-25. Parmi les indicateurs les plus favorables figurent d'abord :

- le nombre de diplômés en sciences et technologie ;
- le taux de pénétration du haut débit ;
- le niveau des dépenses publiques de R & D ;
- le niveau de l'emploi dans les services de haute technologie ;
- l'importance du capital-risque (phase initiale) puis, à un degré moindre, les dépenses de R & D des entreprises françaises et les indicateurs de dépôts de brevets*.

En revanche, une dizaine d'indicateurs se situent en dessous de la moyenne européenne, et certains de façon marquée :

- la formation permanente au long de la vie ;
- le financement public de l'innovation ;
- les indicateurs de propriété intellectuelle relatifs aux nouvelles marques et aux nouveaux *designs* communautaires.

L'évolution des indicateurs est positive surtout dans le domaine de « l'innovation et de l'esprit d'entreprise », où les dépenses en TIC progressent et où l'innovation organisationnelle des entreprises augmente. Entre 2002 et 2004, environ 70 % des entreprises innovantes en France ont réalisé des innovations dans leur mode d'organisation ou en matière de commercialisation, selon l'enquête communautaire sur l'innovation (CIS 4). Ce taux place la France au niveau de l'Allemagne et au-dessus de la moyenne européenne. Par ailleurs, la part des ventes de produits nouveaux pour le marché a progressé (9 % du chiffre d'affaires des entreprises innovatrices), plaçant ainsi les entreprises françaises devant les entreprises britanniques et allemandes.

Le haut débit, le capital-risque dans sa phase initiale et le nombre de diplômés en sciences et technologie évoluent également de façon favorable. En revanche, les dépenses des entreprises en R & D stagnent et les indicateurs d'éducation universitaire et de la formation permanente au cours de la vie ne s'améliorent guère.

Selon la Commission européenne, quatre grands défis sont à relever par la France pour améliorer ses performances en matière d'innovation :

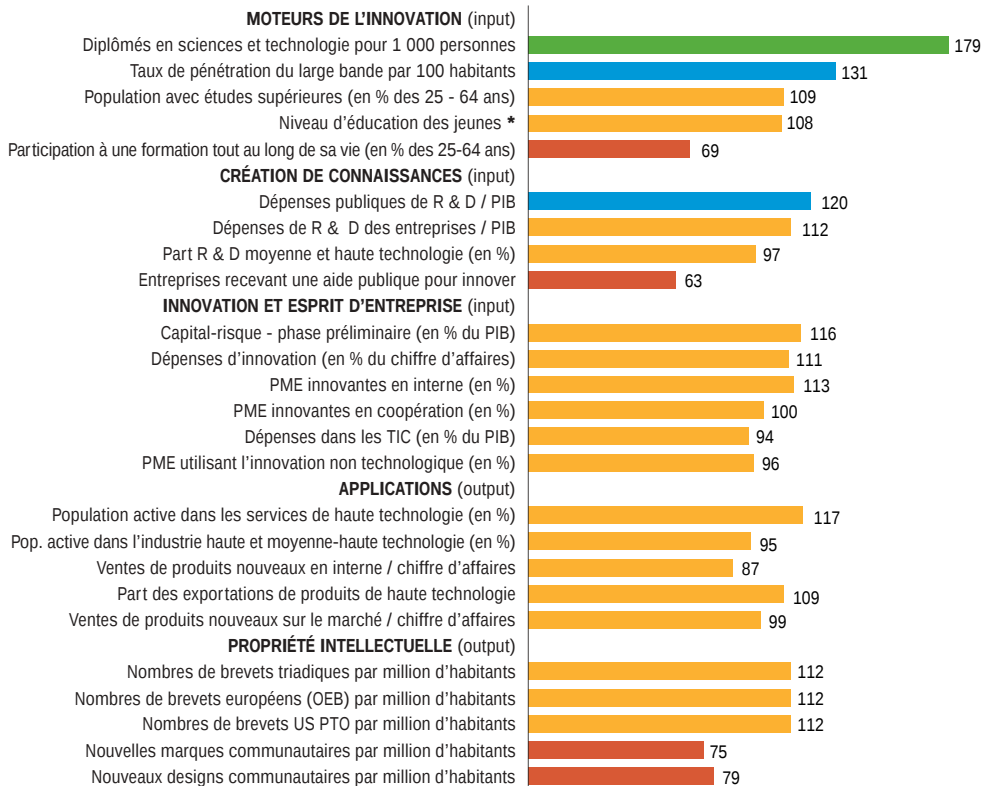
- le développement des liens entre les systèmes de recherche public et privé ;
- l'augmentation de la part encore modeste des ventes de produits innovants pour le marché ;
- l'augmentation du nombre d'entreprises procédant à l'introduction de changements organisationnels ou de marketing ;
- et, surtout, le renforcement de la culture de propriété industrielle pour dynamiser les dépôts de brevets. ■

Pour en savoir plus

- * Voir « Définitions » en annexe.
- European Innovation Scoreboard 2006 avec dossiers, voir : www.proinno-europe.eu/doc/EIS2006-final.pdf

Le tableau de bord européen de l'innovation 2.6

1. Performances de la France par rapport à la moyenne des pays de l'Union européenne (15 pays)

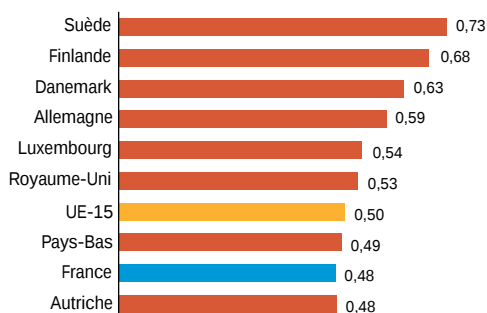


* en % des 20-24 ans ayant un diplôme de fin de second cycle secondaire.

Note : La moyenne de l'Union européenne est de 100.

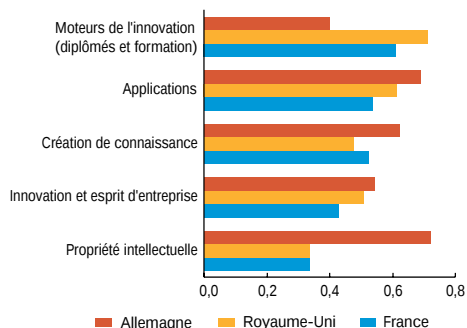
Source : Commission de l'Union européenne - Tableau de bord européen de l'innovation 2006.

2. Indices synthétiques d'innovation mesurant les performances relatives des pays de l'Union européenne (15 pays)



Source : Commission de l'Union européenne - Tableau de bord européen de l'innovation 2006.

3. Comparaison des cinq domaines d'indicateurs en Allemagne, au Royaume-Uni et en France



Source : Commission de l'Union européenne - Tableau de bord européen de l'innovation 2006.

2.7 L'innovation dans l'industrie manufacturière

Selon la quatrième enquête sur l'innovation (CIS 4), 36 % des entreprises industrielles de 10 salariés ou plus ont déclaré avoir été engagées dans des activités d'innovation de produit ou de procédé entre 2002 et 2004.

Les entreprises innovantes sont surtout de grande taille. Alors que 81 % des entreprises de 250 salariés ou plus sont engagées dans des activités d'innovation de produit ou de procédé, moins d'un tiers des entreprises de 10 à 49 salariés sont innovantes. En particulier, les entreprises de grande taille sont près de cinq fois plus nombreuses que celles de petite taille à introduire des produits nouveaux pour leur marché : 51 % des entreprises de 250 salariés ou plus, 11 % seulement entre 10 et 49 salariés. Alors que deux tiers des entreprises de petite taille innovantes en produits renouvellent leur gamme par l'introduction de produits qui n'avaient pas de précédents sur le marché, ce taux dépasse les trois quarts pour les entreprises innovantes de grande taille. L'effet de la taille est également important dans le cas de l'innovation de procédé, puisque 65 % des entreprises de 250 salariés ou plus déclarent avoir introduit ce type d'innovation, contre 23 % en deçà de 50 salariés.

La pharmacie, l'automobile et l'industrie des TIC (technologies de l'information et de la communication) sont en pointe. Les taux d'innovation sont très élevés dans les secteurs de la pharmacie, de l'automobile, des équipements et des composants électriques et électroniques. Les entreprises de la pharmacie-parfumerie-entretien se déclarent particulièrement dynamiques, avec 74 % d'entreprises innovantes au sens large (produit, procédé, organisation, marketing ou activité en cours). 53 % ont introduit des innovations de produit, pour 32 % sans précédent sur le marché ; 44 % des entreprises de ce secteur ont innové en procédés. Le secteur automobile est celui dont la part de chiffre d'affaires en produits innovants (21 % en 2004) est la plus forte. Ce secteur compte 65 % d'entreprises innovantes

au sens large, 38 % en produits, autant en procédés.

Les entreprises cherchent à convertir l'innovation en avantage concurrentiel et en ventes. En 2004, les principales dépenses engagées pour innover en produits ou procédés représentaient 3 % du chiffre d'affaires des entreprises de l'industrie manufacturière (y compris IAA), mais la part du chiffre d'affaires réalisée en produits innovants introduits sur le marché entre 2002 et 2004 s'élevait à 16 %, dont 8 % pour les premières technologiques sur le marché.

Moins nombreuses à innover, les petites et moyennes entreprises ne consacrent globalement que 2 % de leur chiffre d'affaires à des dépenses innovantes, contre 5 % pour les grandes. Mais l'effet taille est encore plus sensible sur la capacité à convertir ces dépenses en chiffre d'affaires : la part de chiffre d'affaires issu de la vente de produits innovants est quatre fois plus importante pour les entreprises de 250 salariés ou plus que pour celles de 10 à 49 salariés.

Les entreprises innovantes créent davantage d'emplois. Entre 2002 et 2004, l'emploi a progressé beaucoup plus vite dans les entreprises industrielles qui se sont déclarées innovantes (+2,3 %) que dans les autres (+0,7 %). Dans les secteurs où l'emploi n'a pas augmenté c'est le ratio de chiffre d'affaires par salarié qui a connu l'évolution la plus dynamique. Ces calculs reposent uniquement sur les entreprises pérennes entre 2002 et 2004 et ne prennent donc pas en compte les défaillances d'entreprises (prises de risque excessif) ni les absorptions.

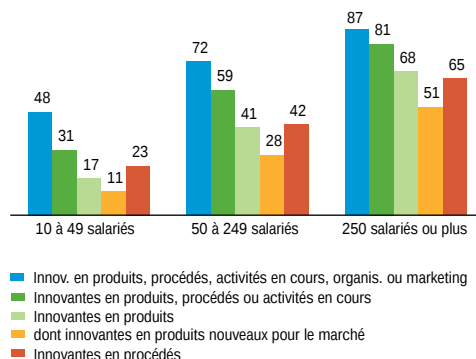
En 2004, dans tous les secteurs, le chiffre d'affaires par salarié est nettement plus élevé dans les entreprises innovantes. Il l'était déjà en 2002, les entreprises innovantes étant déjà très performantes en début de période. Il est donc très difficile de distinguer la part des gains (en emploi ou en productivité) due « purement » aux innovations de celle due au fait que ces entreprises innovantes sont intrinsèquement plus performantes.■

Pour en savoir plus

• Clément C. et Lelarge C. : « L'innovation dans l'industrie : une contribution forte à la croissance de la productivité globale », *Le 4 Pages*, Sessi, n° 224, décembre 2006 : <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/4pages/pdf/4p224.pdf>

1. Les différentes formes de l'innovation dans l'industrie manufacturière entre 2002 et 2004

% des entreprises

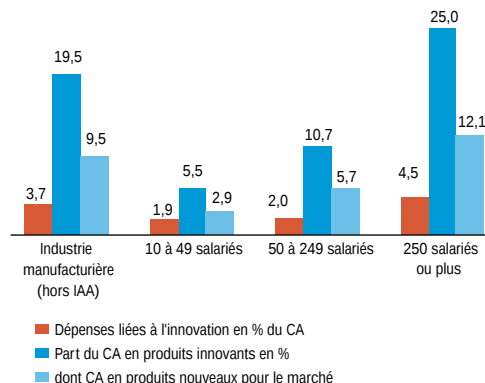


Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (hors IAA).

Source : Sessi - enquête innovation (CIS 4), 2004.

2. Effort d'innovation technologique et impact sur l'activité selon la taille des entreprises

% du chiffre d'affaires de 2004



Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (hors IAA). Innovations en produits, procédés ou activités en cours.

Source : Sessi - enquête innovation (CIS 4), 2004.

3. Innovation par secteur industriel entre 2002 et 2004

% des entreprises industrielles	Innovantes en produits, procédés, organisation, marketing, activités en cours	dont innovantes en produits, procédés ou activités d'innovation en cours	dont			CA en produits nouveaux pour le marché (en % du CA)
			innovantes en procédés	innovantes en produits	innovantes en produits nouveaux pour le marché	
Pharmacie, parfumerie et entretien	74	64	44	53	32	8,1
Industries des équipements électriques et électroniques	73	53	36	43	28	11,9
Industrie automobile	65	52	38	38	29	21,4
Industrie des composants électriques et électroniques	63	54	36	40	26	11,3
Industries des équipements du foyer	62	39	32	25	16	11,4
Chimie, caoutchouc, plastiques	60	46	34	34	25	6,4
Construction navale, aéronautique et ferroviaire	57	38	30	30	23	12,4
Industries des équipements mécaniques	56	38	24	25	15	6,7
Industrie textile	55	37	29	24	18	4,4
Industries des produits minéraux	54	32	26	18	11	2,7
Édition, imprimerie, reproduction	54	36	33	16	9	2,2
Industrie agroalimentaire y c. artisanat commercial	49	26	20	18	12	4,2
Métallurgie et transformation des métaux	49	32	25	18	14	4,8
Industries du bois et du papier	43	33	29	16	10	2,9
Habillement, cuir	38	27	21	13	8	3,3
Ensemble de l'industrie manufacturière y c. IAA	54	36	27	23	15	8,5

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y c. IAA).

Source : Sessi - enquête innovation (CIS 4), 2004.

2.8 Les pôles de compétitivité

La politique des pôles de compétitivité, lancée en 2005, vise à accroître la compétitivité de l'industrie en favorisant une identité territoriale et en mobilisant en réseau les entreprises, les centres de recherche publics et privés et les organismes de formation autour de projets communs à fort contenu en valeur ajoutée et en innovation.

Le Comité interministériel de l'aménagement et de compétitivité des territoires (CIACT) du 5 juillet 2007 a labellisé cinq nouveaux pôles, portant ainsi leur nombre à 71 (7 sont des pôles mondiaux et 10 sont des pôles à vocation mondiale). Cette politique volontariste a attiré de nombreuses PME : près de 60 % des entreprises de l'industrie manufacturière membres d'un pôle emploient moins de 250 salariés. Les thématiques ne concernent pas seulement les domaines technologiques en émergence comme les TIC, les biotechnologies, le multimédia ou les transports. Des industries plus traditionnelles (habillement, agroalimentaire, énergie, etc.) y ont également leur place, dès lors que leurs coopérations, leurs perspectives internationales, leur organisation et leurs ambitions le justifient.

Pour soutenir les pôles de compétitivité, outils majeurs de sa politique industrielle, l'État a prévu de leur consacrer 1,5 milliard d'euros entre 2006 et 2008, sous formes d'aides (essentiellement pour la recherche et développement et pour l'innovation) et d'exonérations fiscales. Ces exonérations sont accordées dès lors que l'entreprise est installée dans une zone de R & D (délimitée par décret) et qu'elle y réalise ses travaux dans le cadre d'un projet de R & D agréé.

Les financements ministériels (Agriculture, Aviation civile, Défense, DIACT, Industrie et

Santé) ont été regroupés dans un fonds unique interministériel (FUI) doté de 730 millions d'euros sur trois ans. Une procédure unique d'instruction et de décision a été également mise en place, reposant sur trois appels à projets par an, en associant le plus en amont possible les collectivités territoriales, invitées à s'impliquer aussi dans le financement des projets de pôles.

Quatre appels à projets à ce fonds ont déjà abouti et un cinquième est en cours. Ils permettent de soutenir 313 projets de pôles. Ces projets retenus représentent des dépenses de R & D d'environ 3 milliards d'euros et 9 000 chercheurs. Ils sont subventionnés à hauteur de 430 millions d'euros par le fonds unique et perçoivent un financement complémentaire des collectivités locales de 233 millions d'euros. Près de la moitié des entreprises qui bénéficient de ces aides emploient moins de 2 000 salariés et elles touchent 30 % de la somme totale allouée par le fonds unique. Un cinquième appel à projets a été lancé.

Le reste du dispositif d'accompagnement financier des pôles de compétitivité comprend en 2007 :

- L'Agence pour l'innovation industrielle (AII) pour soutenir les projets majeurs et innovants des grands groupes industriels en associant laboratoires publics et PME (deux projets retenus en 2006 pour 88 millions d'euros) ;
- Oseo chargée de promouvoir et soutenir l'innovation des PME (83 millions d'euros attribués en 2006 à 280 projets) ;
- L'Agence nationale de la recherche (ANR) pour soutenir les projets de recherche « amont » encore éloignés du marché (240 projets de pôles retenus en 2006 pour 173 millions d'euros). ■

Pour en savoir plus

- Site officiel des pôles de compétitivité (documents, actualités, fonctionnement...) : www.competitivite.gouv.fr
- Benzakri A., Martinelli D. et Guennar A. : « Une première caractérisation des pôles de compétitivité de PACA », *Rapport d'étude*, janvier 2007 : http://www.insee.fr/fr/insee_regions/provence/rfc/docs/10_poles_competitivite.pdf

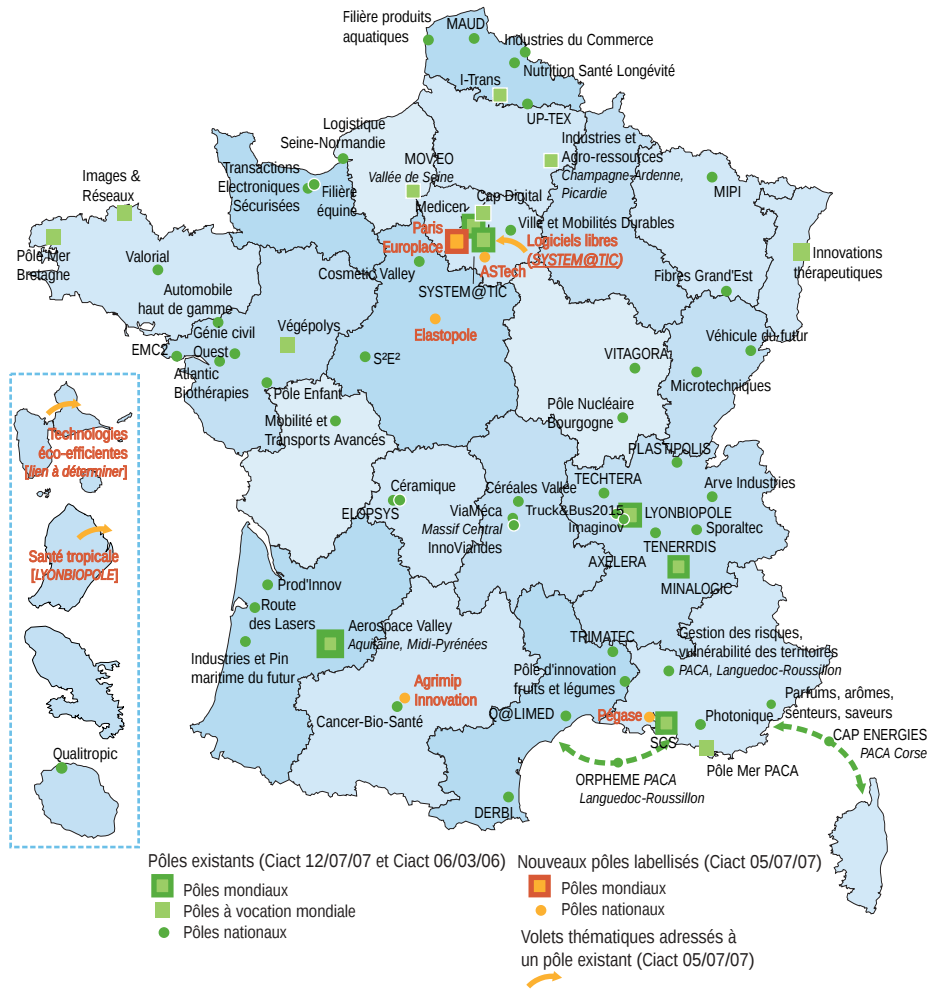
1. Projets de pôles financés par le fonds unique interministériel (FUI)

	mai 2006	juillet 2006	Appels à projets mars 2007	juillet 2007	Total
Nombre de projets présentés	225	158	224	127	734
Nombre de projets retenus	75	68	100	70	313
Taux de sélection	33 %	43 %	45 %	55 %	43 %
Subvention du fonds unique	113 M€	80 M€	153 M€	83 M€	429 M€
Intentions de financement des collectivités locales	73 M€	30 M€	80 M€	50 M€	233 M€

Note : les intentions de financement des collectivités locales reportées dans le tableau n'intègrent pas les projets des pôles non financés par le FUI.

Source : DGE.

2. Les 71 pôles de compétitivité



Source : DIACT.

2.9 Les dépenses de publicité dans l'industrie manufacturière

En 2005, les entreprises de l'industrie manufacturière (hors énergie) ont consacré 18,2 milliards d'euros aux dépenses publicitaires. Ce montant est en léger recul (-1,9 %) par rapport au montant de 2004. Les PME pèsent pour moins d'un cinquième dans cette dépense. L'essentiel est réalisé par des entreprises de 250 salariés ou plus. Plus de la moitié des dépenses publicitaires sont le fait d'entreprises de 1 000 salariés ou plus.

Depuis 2001, les dépenses de publicité plafonnent. Entre 1998 et 2001, ces dépenses ont augmenté de plus de 30 % dans l'ensemble des secteurs de l'industrie. Les efforts ont alors été importants dans l'automobile et les industries agroalimentaires. Depuis 2001, les dépenses publicitaires ont chuté dans les industries produisant des biens intermédiaires et des biens d'équipement. Elles ont augmenté dans les industries des biens de consommation jusqu'en 2002, pour ensuite diminuer régulièrement. Elles sont restées stables dans les industries agroalimentaires pendant la même période. En 2005, à l'exception de l'industrie automobile, tous les secteurs industriels ont diminué leurs dépenses publicitaires.

Les industries agroalimentaires et celles des biens de consommation sont en pointe. 82 % des dépenses de publicité sont en effet réalisées par des entreprises des industries agroalimentaires (55 %) et des biens de consommation (27 %). Leurs produits sont d'abord destinés aux ménages. Ces dépenses élevées tiennent au coût des supports utilisés à destination des ménages, les entreprises de ces deux grands secteurs faisant plus souvent appel aux grands médias que celles des biens intermédiaires et d'équipement. La télévision, support privilégié pour une communication destinée aux ménages, absorbe à elle seule près de 60 % des dépenses grands médias de ces entreprises.

Ce sont les entreprises qui fabriquent des parfums et des produits de toilette qui ont dépensé le plus en 2005. Au total, les dépenses publicitaires de ce secteur s'élèvent à 1,7 milliard d'euros, un peu plus que celles des constructeurs automobiles (1,6 milliard d'euros).

Les entreprises agroalimentaires se distinguent par l'intensité de leur effort de publicité, les dépenses marketing représentant près de 8 % de leur chiffre d'affaires en 2005, contre 1,3 % en moyenne pour l'industrie manufacturière hors IAA et 3,6 % dans les biens de consommation. Les industries du lait, des boissons, de la viande et de la chocolaterie-confiserie représentent les deux tiers des dix milliards d'euros consacrés à la publicité agroalimentaire.

L'intensité de l'effort publicitaire se maintient dans l'automobile. Les dépenses de publicité dans l'automobile représentent 20 % des dépenses totales de l'industrie manufacturière hors IAA. En 2005, elles sont en hausse de 3,6 % par rapport à l'année précédente. La part de ces dépenses dans le chiffre d'affaires du secteur (1,5 %) reste cependant proche de la moyenne de l'industrie manufacturière hors IAA (1,3 %).

Dans les industries des biens d'équipement et des biens intermédiaires, le montant cumulé des dépenses de publicité diminue de 2 % par rapport à 2004. L'intensité de l'effort publicitaire y reste néanmoins stable (respectivement 0,4 % et 0,5 % du chiffre d'affaires de ces deux grands secteurs industriels). Les acteurs économiques visés étant des entreprises, il est d'abord fait appel à la presse, aux annuaires professionnels et au marketing direct. Ces vecteurs, avec la radio et l'affichage, sont moins coûteux que la télévision et peuvent expliquer en partie les budgets plus réduits. ■

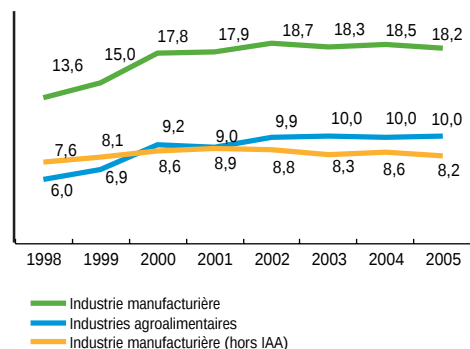
Pour en savoir plus

- Montagnier P. : « Les dépenses de publicité dans l'industrie manufacturière : plus élevées pour les produits destinés aux ménages », *Le 4 Pages*, Sessi, n° 203, mars 2005 : <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/4pages/pdf/4p203.pdf>

Les dépenses de publicité dans l'industrie manufacturière 2.9

1. Dépenses publicitaires dans l'industrie manufacturière (y compris les IAA)

milliards d'euros

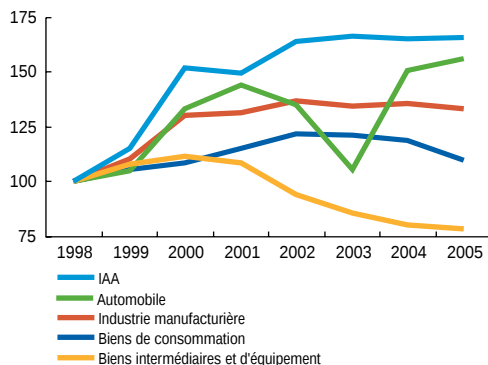


Champ : entreprises de 20 salariés ou plus ou d'un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros appartenant à l'industrie manufacturière y c. IAA mais hors énergie.

Sources : Sessi et Scees - enquêtes annuelles d'entreprise.

2. Dépenses de publicité selon les secteurs industriels (hors énergie)

base 100 en 1998

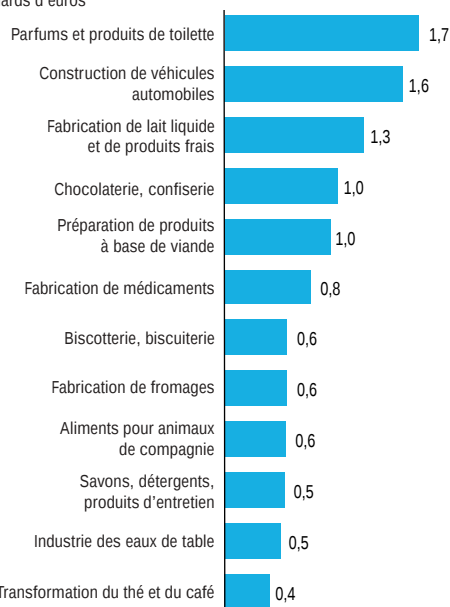


Champ : entreprises de 20 salariés ou plus ou d'un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros appartenant à l'industrie manufacturière y c. IAA mais hors énergie.

Sources : Sessi et Scees - enquêtes annuelles d'entreprise.

3. Les dépenses de publicité les plus élevées en 2005

milliards d'euros



Champ : entreprises de 20 salariés ou plus ou d'un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros appartenant à l'industrie manufacturière y c. IAA mais hors énergie.

Sources : Sessi et Scees - enquêtes annuelles d'entreprise 2005.

4. Intensité de l'effort publicitaire dans l'industrie manufacturière (y compris les IAA)

	Dépenses de publicité	
	M€	% du CA
Produits agroalimentaires (IAA)	9 973	7,9
Biens de consommation	4 828	3,6
Habillement, cuir	346	2,3
Édition, imprimerie	766	2,9
Pharmacie, parfumerie	3 087	4,7
Équipement du foyer	630	2,3
Industrie automobile	1 659	1,5
Biens d'équipement	489	0,4
Const. navale, aéronautique	88	0,3
Équipements mécaniques	268	0,4
Équipements électriques et électroniques	134	0,4
Biens intermédiaires	1 200	0,5
Produits minéraux	198	0,7
Textile	102	0,9
Bois et papier	173	0,6
Chimie, caoutchouc et plastiques	448	0,5
Métallurgie et transf. métaux	147	0,2
Composants élect. et électroniques	132	0,4
Industrie manufacturière (hors IAA)	8 177	1,3

Champ : entreprises de 20 salariés ou plus ou d'un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros appartenant à l'industrie manufacturière y c. IAA mais hors énergie.

Sources : Sessi et Scees - enquêtes annuelles d'entreprise 2005.

2.10 Investissements en capital-risque dans l'Union européenne

Restée longtemps l'apanage des États-Unis, l'activité de capital-risque, destinée à financer les nouvelles entreprises de haute technologie (*start up*) à croissance rapide mais à risque de défaillance élevé, a décollé en Europe à la fin des années quatre-vingt-dix. Après avoir connu un essor exceptionnel en 2000, les marchés européens de capital-risque se sont cependant effondrés dans les années suivantes, après l'éclatement de la « bulle des TIC ». Dans la plupart des pays, les investissements en capital-risque sont descendus à leur plus bas niveau en 2003, pour se stabiliser en 2004, avant de retrouver un nouvel élan en 2005 et 2006.

Les montants des investissements en capital-risque en phase préliminaire (**amorçage et démarrage**) sont nettement plus faibles que ceux du capital-risque en phase **d'expansion et de remplacement**. Ainsi, en 2005 dans l'Union européenne, les investissements initiaux se sont élevés à 2,3 milliards d'euros, contre 11,8 milliards d'investissements d'expansion (respectivement 3,4 et 14,7 milliards d'euros aux États-Unis).

Si le capital-risque en phase préliminaire est très développé au Royaume-Uni et dans les pays scandinaves (Suède, Finlande et Danemark), les fonds disponibles restent dans l'ensemble de l'Union européenne moins importants qu'aux États-Unis. Dans ce pays, où le recul du capital-risque a été encore plus brutal que dans l'Union européenne, le capital-risque investi en phase préliminaire représentait 0,04 % du PIB en 2005, alors que ce ratio n'était que de 0,02 % dans l'UE (15 pays). Toutefois, en forte progression, le ratio de l'Union européenne fait plus que doubler en 2006 (0,05 %).

Le montant des investissements en capital-risque en phase d'expansion et de

remplacement a reculé, en moyenne, de 2,2 % par an entre 2000 et 2005 dans l'UE à 15, contre 19 % pour le capital-risque en phase préliminaire. En valeur absolue, il représentait 0,12 % du PIB. Aux États-Unis, ce taux atteignait 0,15 %. En 2006, la part dans le PIB du capital-risque en phase d'expansion de l'Union européenne a augmenté, passant à 0,13 %.

Le capital-risque français occupe, en valeur absolue, la deuxième place au sein de l'Union européenne, derrière un capital-risque britannique renforcé par la présence de fonds américains. S'il se place nettement devant le capital-risque allemand, il est talonné par l'espagnol. Les résultats de l'année 2006 pour la France soulignent la poursuite du dynamisme des investissements en phase de démarrage. Les montants investis en amorçage et en création augmentent de 11 %, pour atteindre 536 millions d'euros en 2006. En part du PIB, l'investissement en capital-risque initial représente 0,03 % en 2006, plaçant la France au troisième rang dans l'Union européenne, derrière la Suède (0,06 %) et surtout le Royaume-Uni (0,2 %).

Pour le capital-risque d'expansion et de remplacement, la France occupe désormais la quatrième place dans l'UE à 15, avec une part dans le PIB de 0,09 %.

Pour autant, le capital-risque reste une source de financement marginale. Selon l'enquête européenne « Facteurs de réussite des entreprises », réalisée par Eurostat en 2005, le capital-risque n'est choisi qu'en dernier ressort pour financer une création d'entreprise, moins de 1 % des chefs d'entreprise optant pour cette solution. Par ailleurs, l'allocation des capitaux apparaît en France être insuffisamment orientée vers les activités technologiquement innovantes.■

Définitions

Capital d'amorçage : financement accordé pour l'étude, l'évaluation et le développement d'un concept avant qu'une entreprise ait atteint la phase de démarrage.

Capital de démarrage : financement accordé pour le développement de produits et leur commercialisation initiale.

Capital d'expansion : financement de la croissance d'une entreprise qui a atteint le seuil de rentabilité ou qui réalise déjà des bénéfices.

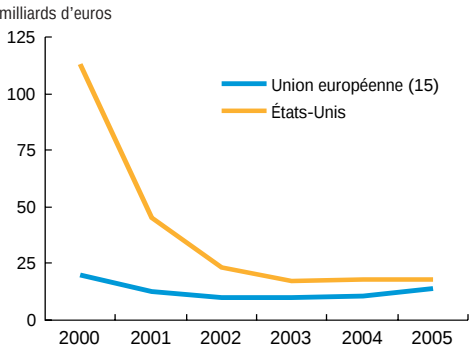
Capital de remplacement : achat d'actions par un organisme d'investissement ; comprend le refinancement des emprunts auprès des banques.

Pour en savoir plus

- « Investissements en capital-risque : les investissements en capital-risque ne jouent pas un rôle prépondérant lors de la création d'une entreprise en Europe », *Statistiques en bref*, Eurostat.
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

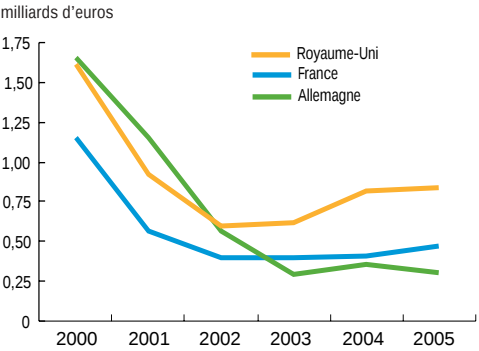
Investissements en capital-risque dans l'Union européenne 2.10

1. Investissements dans le capital-risque global aux États-Unis et dans l'UE-15



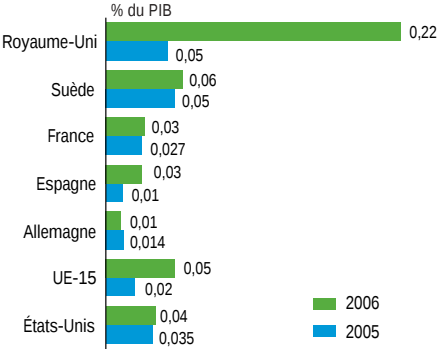
Sources : Eurostat et European Venture Capital Association (EVCA) et NVCA pour les États-Unis.

2. Investissements dans le capital-risque en phase préliminaire



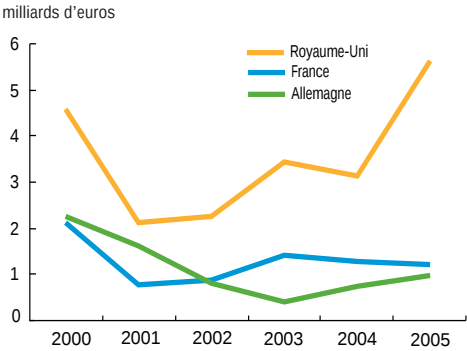
Sources : Eurostat et European Venture Capital Association (EVCA).

3. Investissements dans le capital-risque en phase préliminaire en 2005 et 2006



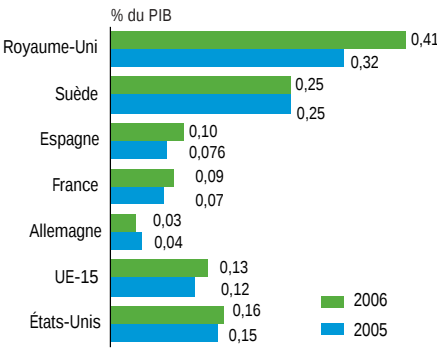
Sources : Eurostat et European Venture Capital Association (EVCA) et NVCA pour les États-Unis.

4. Investissements dans le capital-risque en phase d'expansion et de remplacement



Sources : Eurostat et European Venture Capital Association (EVCA).

5. Investissements dans le capital-risque en phase d'expansion et de remplacement en 2005 et 2006



Sources : Eurostat et European Venture Capital Association (EVCA) et NVCA pour les États-Unis.

2.11 L'utilisation des TIC dans l'industrie manufacturière

Entre 2003 et 2006, l'informatisation des entreprises de l'industrie manufacturière est arrivée à saturation et presque toutes les entreprises industrielles (96 %) disposent désormais d'un accès à l'internet, y compris les petites entreprises de 10 à 49 salariés (95 %). Une autre évolution positive est la généralisation des connexions à large bande, qui touche 88 % des entreprises industrielles. En revanche, l'informatique « communicante » accuse encore un certain retard : seulement 53 % des entreprises sont dotées de réseaux locaux d'entreprises permettant l'interconnexion des ordinateurs.

Deux entreprises sur trois ont un site sur la Toile. La présence des entreprises sur la Toile progresse de 12 points de pourcentage entre 2003 et 2006. Néanmoins, cette proportion reste en deçà de la moyenne européenne. Plus d'un tiers des entreprises industrielles ont mis en place un réseau intranet, qui leur permet d'améliorer le partage de l'information au sein de l'entreprise. Moins d'une entreprise industrielle sur cinq a mis en place un réseau extranet pour optimiser ses échanges avec ses fournisseurs ou partenaires extérieurs. Enfin, les formes plus anciennes de réseaux informatiques comme les systèmes d'échanges de données informatisés (EDI) se maintiennent : 30 % des entreprises les utilisent, dont 78 % des grandes entreprises de 250 salariés ou plus.

Le recours aux TIC croît nettement avec la taille des entreprises. Une très large part des entreprises de 250 salariés ou plus possèdent un site sur la Toile (92 %), un réseau local (88 %) ou un intranet (86 %). À partir de mille salariés la quasi-totalité des entreprises utilisent un extranet ou l'EDI. Mais pour une entreprise, même petite, appartenir à un groupe constitue aussi un facteur important d'équipement en TIC. Les groupes font bénéficier leurs filiales d'importants moyens financiers et

informatiques pour s'équiper. Ainsi, 59 % des entreprises de 10 à 19 salariés appartenant à un groupe utilisent un réseau local d'entreprises, contre seulement 33 % des petites entreprises indépendantes.

Les TIC utilisées dans les entreprises industrielles se diversifient. Pour améliorer leur organisation interne, les entreprises ont commencé à s'équiper de logiciels plus ou moins spécialisés : archivage, traitement statistique des données, travail collaboratif (*groupware*), automatisation des processus (*workflow*). Ces nouveaux outils ne sont encore présents, le plus souvent, que dans moins d'une entreprise sur quatre. Il en est de même des logiciels commerciaux de gestion de la relation client (CRM) ou de la chaîne d'approvisionnement (SCM).

Pour gagner en efficacité, les entreprises cherchent également à intégrer les différentes fonctionnalités des logiciels qu'elles utilisent. Les progiciels de gestion intégrés (PGI ou ERP), très structurants et d'un coût élevé, sont surtout adoptés par les grandes entreprises ou par des entreprises appartenant à des groupes (56 %). Au total, les entreprises les plus équipées en TIC se trouvent dans les secteurs de l'énergie, de la pharmacie, de l'automobile et des composants électriques et électroniques.

La situation de la France au sein de l'Europe s'améliore. En termes d'équipement en TIC, les entreprises françaises rattrapent une partie de leur retard sur les entreprises des pays les plus avancés (Danemark, Suède, Pays-Bas, Belgique et Allemagne). Néanmoins, la proportion d'entreprises disposant de réseaux locaux d'entreprises et d'un site sur la Toile reste en dessous de la moyenne européenne. Par contre, quelques points forts caractérisent les entreprises françaises : le niveau élevé des connexions à haut débit et les taux d'équipement relativement élevés en réseaux intranet et extranet. ■

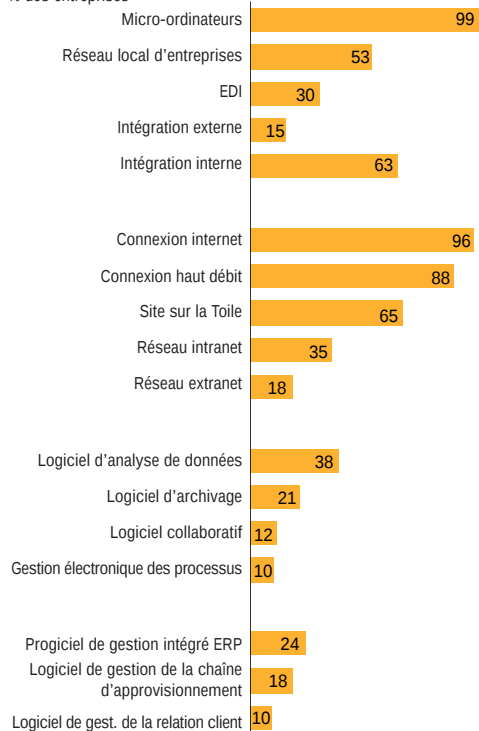
Pour en savoir plus

- <http://www.industrie.gouv.fr/sessi>
- Faure P. et Heitzmann R. : « Déploiement accru et diversification des TIC dans l'industrie manufacturière », Le 4 Pages, Sessi, n° 231, mai 2007.

L'utilisation des TIC dans l'industrie manufacturière 2.11

1. Technologies de l'information et de la communication utilisées dans l'industrie manufacturière en 2006

% des entreprises

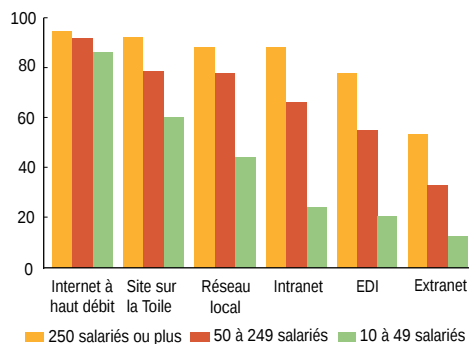


Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y compris IAA et hors énergie.

Sources : Insee et CEE, enquête COI-TIC 2006.

2. Équipement en TIC selon la taille de l'entreprise en 2006

% des entreprises



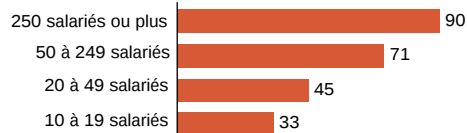
Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y compris IAA et hors énergie.

Sources : Insee et CEE, enquête COI-TIC 2006.

3. Équipement en réseau local d'entreprise selon la taille et l'appartenance à un groupe en 2006

% des entreprises

entreprises indépendantes



entreprises d'un groupe



Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y compris IAA et hors énergie.

Sources : Insee et CEE, enquête COI-TIC 2006.

4. Comparaison européenne de l'équipement en TIC des entreprises de l'industrie manufacturière

% des entreprises

Pays	Micro-ordinateur	Réseau local d'entreprises	Accès à l'internet	Connexion large bande	Site sur la Toile	Réseau intranet	Réseau extranet
Suède	97	81	96	89	88	42	18
Pays-Bas	100	88	97	82	82	31	11
Royaume - Uni	98	76	97	81	81	33	9
Allemagne	95	80	94	71	72	36	22
France	99	53	96	88	65	35	18
UE - 15	97	67	94	75	67	33	15
Espagne	98	68	93	85	51	26	13
Italie	96	59	92	66	62	31	11

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière, y compris IAA et hors énergie.

Sources : Insee, CEE et Eurostat, enquêtes communautaires sur les TIC 2006.

2.12 Le commerce électronique dans l'industrie manufacturière

Selon l'enquête COI-TIC réalisée par l'Insee en début 2006, une entreprise (de 10 salariés ou plus) sur cinq dans l'industrie manufacturière procède à des ventes de produits ou services sur la Toile. Le nombre d'entreprises ayant franchi le pas a doublé entre 2002 et 2006. Le montant des ventes sur la Toile s'élève à 4,3 % du chiffre d'affaires des entreprises industrielles, soit 33 milliards d'euros en 2005. Ces ventes correspondent principalement à du commerce interentreprises (*B to B*) mais aussi à du commerce électronique vers les particuliers (*B to C*). Pour l'ensemble des secteurs marchands (hors services financiers), le montant des ventes *via* l'internet a atteint 87 milliards d'euros.

Dans l'industrie manufacturière, les ventes *via* l'internet sont particulièrement importantes dans les secteurs des équipements électriques et électroniques (13 % du chiffre d'affaires) et de la pharmacie (12 %). Par ailleurs, 83 % des recettes des ventes sur la Toile sont le fait des grandes entreprises industrielles de 250 salariés ou plus.

La France occupe le 10^e rang dans l'Union européenne, avec 19 % des entreprises vendant des produits *via* l'internet, la moyenne européenne se situant à 14 %. En niveau, avec des ventes *via* l'internet représentant 4 % du chiffre d'affaires industriel, la France est précédée par le Royaume-Uni (8 %) et l'Allemagne (5 %).

Par ailleurs, 12 % des entreprises de l'industrie manufacturière vendent des produits *via* le système traditionnel d'échanges de données informatisés (EDI), essentiellement des grandes entreprises. Le recours à l'EDI pour la vente en ligne est particulièrement répandu dans la pharmacie, l'automobile et les industries agroalimentaires (IAA). Ces secteurs se caractérisent par l'importance et l'organisation poussée de leur réseau de distribution et par

l'existence de transactions standardisées et répétitives.

Le montant des ventes *via* l'EDI génère 20 % du chiffre d'affaires de l'industrie manufacturière en 2005, soit 148 milliards d'euros. Ce montant correspond à 51 % des recettes totales des ventes *via* l'EDI, tous secteurs confondus (hors services financiers). Les ventes *via* l'EDI réalisées par les entreprises des IAA atteignent 41 milliards d'euros, soit 35 % de leur chiffre d'affaires. Dans l'industrie automobile, les ventes s'élèvent à 21 % du chiffre d'affaires, soit 24 milliards d'euros.

L'achat en ligne, par l'internet ou l'EDI, est plus répandu que la vente électronique. Dans l'industrie manufacturière, 26 % des entreprises de 10 salariés ou plus y ont recours, 24 % utilisant l'internet et seulement 4 % l'EDI.

Le montant des achats *via* l'internet représente 6 % des achats globaux des entreprises industrielles, soit 33 milliards d'euros. Seul le secteur des équipements électriques et électroniques se distingue, avec un quart de ses achats effectués sur la Toile. Les entreprises en France sont très en retrait par rapport aux entreprises des grands pays voisins : une entreprise industrielle sur quatre en France achète des produits ou services *via* l'internet, contre une entreprise allemande sur deux et deux entreprises britanniques sur trois. 4 % des entreprises industrielles achètent des produits ou services *via* l'EDI. Elles sont particulièrement nombreuses à le faire dans la chimie et dans la filière des TIC. Le montant des achats *via* l'EDI correspond à 11 % des achats des entreprises industrielles, soit 60 milliards d'euros. Le secteur automobile effectue même 30 % de ses achats *via* l'EDI, les composants électriques et électroniques 18 %. Les entreprises en France se positionnent au second rang dans l'Union européenne, derrière le Royaume-Uni (21 %). ■

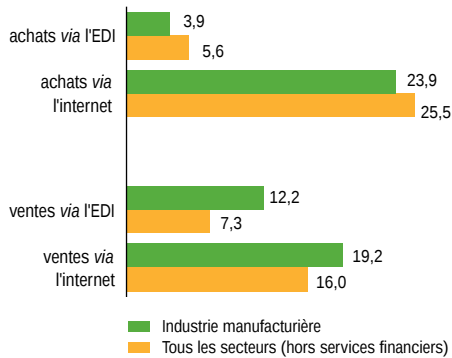
Pour en savoir plus

- Faure P. et Heitzmann R. : « Le commerce électronique dans l'industrie manufacturière : l'internet progresse, l'EDI prédomine », *Le 4 Pages*, Sessi, n° 234, juillet 2007.
- Dayan M. et Heitzmann R. : « Tableau de bord des TIC et du commerce électronique » : www.industrie.gouv.fr/sessi

Le commerce électronique dans l'industrie manufacturière 2.12

1. Commerce électronique dans l'industrie manufacturière

% des entreprises

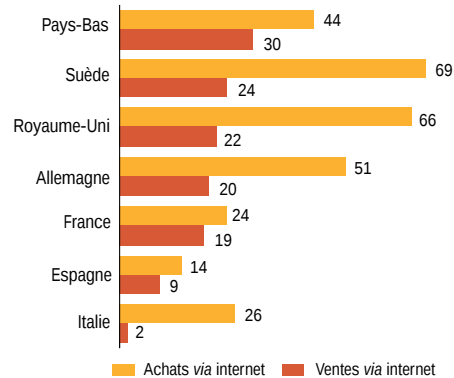


Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y c. IAA et hors énergie.

Sources : Insee et Eurostat - enquête COI-TIC 2006.

2. Achats et ventes via l'internet dans l'industrie des pays de l'Union européenne

% des entreprises



Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y c. IAA et hors énergie.

Sources : Insee et Eurostat - enquête COI-TIC 2006.

3. Ventes en ligne (Internet et EDI) dans les entreprises de l'industrie manufacturière

secteurs	Ventes en ligne			
	% d' entreprises		% du CA	
	Internet	EDI	Internet	EDI
Pharmac., parfum., entretien	20	38	12	32
IAA	11	19	2	35
Équipement du foyer	20	13	6	30
Composants électron.	24	19	4	31
Automobile	17	23	3	21
Chimie, caoutchouc	25	18	3	18
Métallurgie, transf. métaux	23	11	3	16
Équip. élect. électron.	26	6	13	5
Textile	27	14	3	13
Produits minéraux	10	10	2	11
Habillement, cuir	10	8	3	10
Édition, imprimerie	34	7	6	6
Équip. mécaniques	15	5	2	9
Bois, papier	17	8	2	8
Const. aéronautique	25	13	2	5
Industrie manufacturière	19	12	4	20
Ensemble des secteurs	16	7	4	13

Note : Les secteurs industriels sont classés par ordre décroissant du chiffre d'affaires du commerce électronique.

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y c. IAA et hors énergie.

Sources : Insee et Eurostat - enquête COI-TIC 2006.

4. Achats en ligne (Internet, EDI) dans les entreprises de l'industrie manufacturière

secteurs	Achats en ligne			
	% d' entreprises		% des achats	
	Internet	EDI	Internet	EDI
Équip. élect. électron.	30	4	26	12
Automobile	26	12	6	30
Composants électron.	35	10	4	18
Const. aéronautique	38	15	6	12
Équipement du foyer	27	2	8	7
Pharmac., parfum., entretien	19	7	5	6
Chimie, caoutchouc	36	11	3	8
Équip. mécaniques	25	3	4	7
Métallurgie, transf. métaux	24	2	3	7
Édition, imprimerie	39	4	5	3
IAA	12	3	4	3
Produits minéraux	19	2	3	3
Textile	17	2	4	2
Bois, papier	17	4	2	4
Habillement, cuir	18	1	3	2
Industrie manufacturière	24	4	6	11
Ensemble des secteurs	26	6	5	16

Note : Les secteurs industriels sont classés par ordre décroissant des montants des achats en ligne.

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière y c. IAA et hors énergie.

Sources : Insee et Eurostat - enquête COI-TIC 2006.