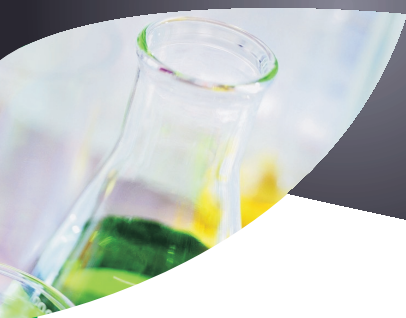




LES PMI HAUTE-NORMANDES RÉDUISENT LEUR RETARD EN MATIÈRE D'INNOVATION

UNE PREMIÈRE MESURE DE L'ÉVOLUTION DE L'INNOVATION EN HAUTE-NORMANDIE

Après un premier état des lieux réalisé en 2010 (Cahier d'Aval n° 89, novembre 2010), la présente publication permet pour la première fois, et avec un recul de 2 ans, de faire le point sur l'évolution des démarches d'innovation au sein des PMI haut-normandes. La mesure de ces dynamiques est particulièrement attendue par les acteurs institutionnels impliqués dans la promotion et le soutien de l'innovation dans la région. Parmi ceux-ci, l'agence régionale de l'Innovation, SEINARI, a apporté son soutien financier au projet (avec le concours du FNADT). L'État, par l'intermédiaire de la DIRECCTE et du SGAR, ainsi que la Région, ont eux aussi participé activement au pilotage de cette étude.

Mesurée pour la première fois en Haute-Normandie, l'évolution des démarches d'innovation se caractérise par des progrès très significatifs. Certes, l'industrie haut-normande présente toujours une fréquence d'innovation relativement faible dans le champ des petites et moyennes entreprises, en particulier au sein des très petites. L'innovation à caractère technologique reste en effet assez peu développée, mais l'innovation organisationnelle ou commerciale a fortement progressé entre 2008 et 2010, permettant à la région de rattraper la moitié de son retard avec la moyenne nationale. Les progrès sont surtout enregistrés dans les entreprises de 20 à 50 salariés. La taille du marché est le facteur déterminant pour engager des démarches d'innovation. La disponibilité de certaines compétences spécifiques constitue également un facteur d'impulsion, tandis que le coût de l'innovation est présenté par les entreprises comme le principal frein. Parallèlement à la croissance des démarches d'innovation, les soutiens financiers publics sont en forte hausse, grâce notamment à la montée en charge du crédit impôt-recherche.

Dans un contexte de mondialisation croissante et de crise économique aiguë, l'innovation est de plus en plus considérée comme une nécessité pour maintenir, sinon accroître la productivité, la compétitivité et les emplois des économies développées et de leurs territoires. La Haute-Normandie est particulièrement concernée par cet enjeu et ses décideurs fortement mobilisés (voir encadré page 3). La promotion des démarches d'innovation,

notamment dans les petites et moyennes entreprises industrielles (PMI), constitue un objectif majeur. Sous l'égide de l'Union Européenne, une enquête sur l'innovation a été menée auprès des entreprises en 2009 et 2011 (cf. encadré page 8). Sept régions de métropole -dont la Haute-Normandie- ont lancé une extension régionale permettant d'obtenir des résultats significatifs à leur échelle.



SAUF DANS LES PROCÉDÉS, L'INNOVATION PROGRESSE MAIS RESTE INFÉRIEURE AU NIVEAU NATIONAL

	Taux d'innovation (%)		Écart en points*		Haute-Normandie Évolution par rapport à 2008 (en points)*	
	Haute-Normandie	France				
INNOVATION AU SENS LARGE	51,3	53,9	—	— 2,6	↗	+ 5,0
Innovation technologique (en produits ou procédés)	33,8	38,2	—	— 4,4	≈	
dont Innovation en produits (biens ou services)	20,7	26,0	—	— 5,3	≈	
dont Innovation en procédés	23,8	25,4	≈		↘	— 2,4
dont Innovation technologique non aboutie	20,2	22,1	—	— 1,9	↗	+ 2,0
Innovation en organisation	35,1	34,6	≈		↗	+ 3,1
Innovation en marketing	20,6	22,4	—	— 1,8	↗	+ 5,4

Source : Insee, Enquêtes statistiques publiques innovation CIS 2008, CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
(*) Voir note méthodologie page 8

Les PMI haut-normandes réduisent leur retard en matière d'innovation

Selon l'enquête conduite en 2011¹, 51 % des PMI haut-normandes ont engagé

des démarches d'innovation au sens large (voir encadré définitions page 7). Cette proportion d'entreprises innovantes reste inférieure au niveau national (54 %). Cependant, comparativement à 2008¹, la région comble de moitié son

retard, avec une franche progression de 5 points (+ 2,7 points en moyenne nationale).

Une recherche privée relativement développée en Haute-Normandie, mais assez peu d'emplois de conception

Sur le terrain de « l'économie de la connaissance », la Haute-Normandie présente un profil assez nuancé.

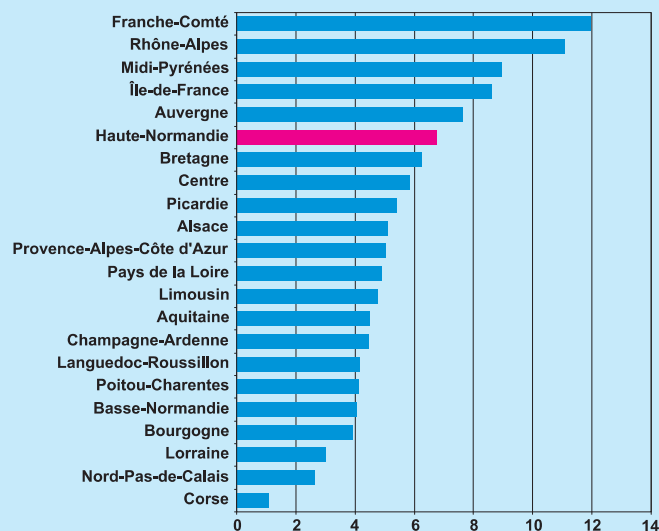
La recherche publique est relativement peu développée, notamment en termes de dépenses et de publications scientifiques. En revanche, la recherche privée est assez dynamique au regard des autres régions, notamment dans les activités industrielles. En tenant compte de son poids économique, la Haute-Normandie est la 6^e région française pour les dépenses de R & D privée.

Autre indicateur de vitalité de la recherche, le nombre de brevets déposés place également la région au 6^e rang national.

Le bilan est moins favorable si on considère les emplois qu'on peut supposer propices à l'impulsion de démarches d'innovation. Par exemple, les 14 000 emplois correspondant à la fonction « conception-recherche », dans les entreprises privées ou structures publiques, représentent 2 % de l'emploi régional et situent la Haute-Normandie dans la moyenne des régions (mais à un niveau assez favorable pour une région limitrophe de l'Île-de-France). Le rang de la Haute-Normandie est nettement plus défavorable en matière d'emplois dits « créatifs » (18^e rang), mais à un niveau équivalent à celui des régions plutôt au nord de la France.

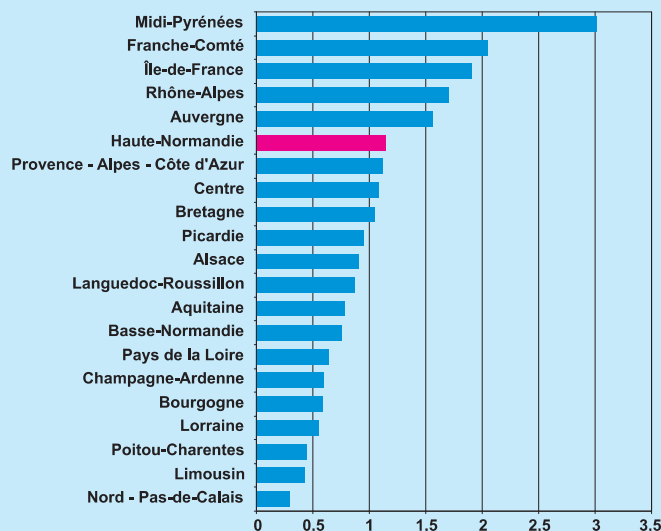
NB : voir les définitions des emplois créatifs et de conception-recherche dans l'encadré définitions page 8.

DÉPÔTS DE BREVETS (2009-2011) RAPPORTÉS AU PIB 2010



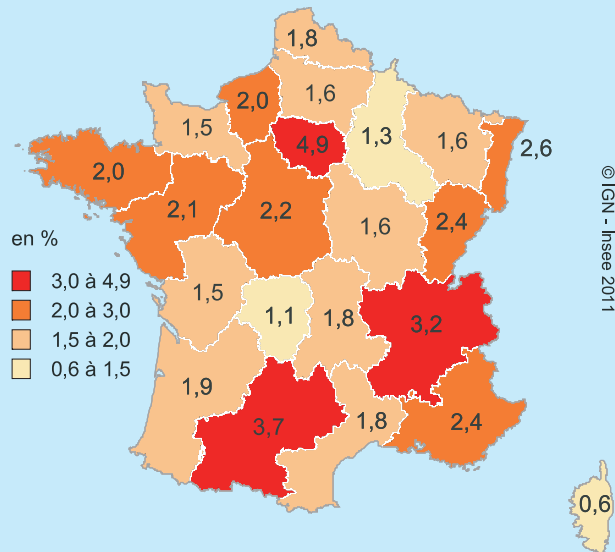
Source : INPI (OPI), Insee - Comptes régionaux base 2005. Unité : nombre/milliards d'Euros

DÉPENSES DE R & D (2007) RAPPORTÉES AU PIB 2007



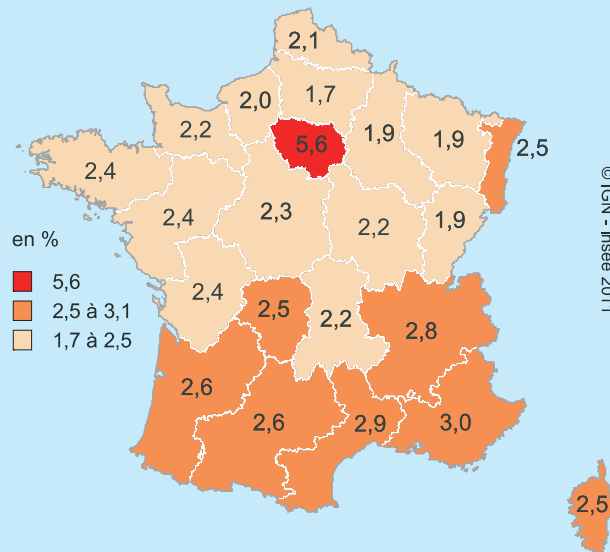
Source : OCDE, Insee - Comptes régionaux base 2000. Unité : %

PART DES EMPLOIS DE CONCEPTION-RECHERCHE EN 2008



Source : Insee, RP 2008 - exploitation complémentaire

PART DES MÉTIERS CRÉATIFS EN 2008



Source : Insee, RP 2008 - exploitation complémentaire

¹ Baptisée « CIS 2010 », l'enquête interrogeait en fait, fin 2011, les entreprises sur leurs démarches d'innovation au cours des années 2008 à 2010. De même, l'enquête « CIS 2008 » porte sur les années 2006 à 2008 (voir encadré page 8).

Une place plus grande à l'innovation non technologique

Ce « rattrapage » est largement attribué au ressort de l'innovation non technologique (organisation ou marketing), qui demeure plus fréquente que l'innovation technologique, en particulier l'innovation en organisation (pour 35 % des PMI).

Le déficit pour la région reste marqué pour le taux d'innovation technologique (produits ou procédés) : bien que le niveau national recule, l'écart se situe toujours entre 4 et 5 points. L'innovation en procédés apparaît même en repli de 2 points par rapport à 2008.

La non-progression de l'innovation technologique peut être le reflet d'une réaction des entreprises face à la crise, intégrant le poids des facteurs « risques » par rapport aux coûts engagés, plus importants en matière technologique. Stratégiquement, les PMI haut-normandes privilégient peut-être davantage qu'ailleurs la prudence dans la décision de se lancer dans des processus d'innovation.

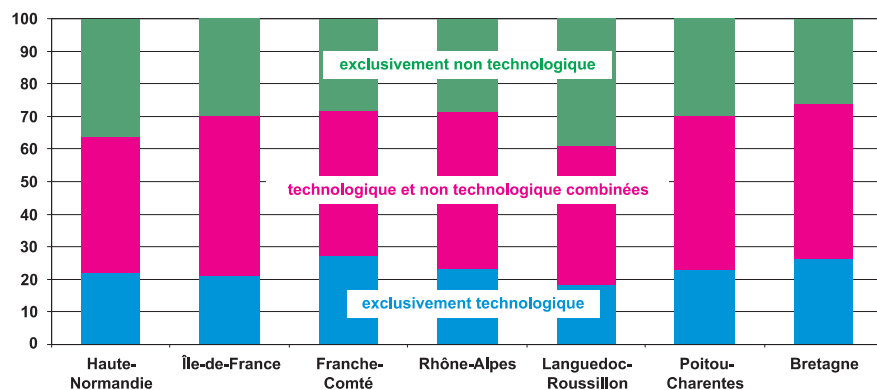
Un taux d'innovation qui reste inférieur à la plupart des régions

Parmi les sept régions de métropole concernées par l'extension de l'enquête innovation, les PMI de Haute-Normandie se

placent devant l'Île-de-France au regard du taux d'innovation au sens large. En revanche, le taux d'innovation technologique haut-normand (34 %) se situe en

deçà des sept régions concernées, en particulier celles fortement industrialisées comme la Franche-Comté ou Rhône-Alpes (42 % pour chacune).

UNE PLUS GRANDE PLACE AU NON TECHNOLOGIQUE PARMI LES PMI INNOVANTES

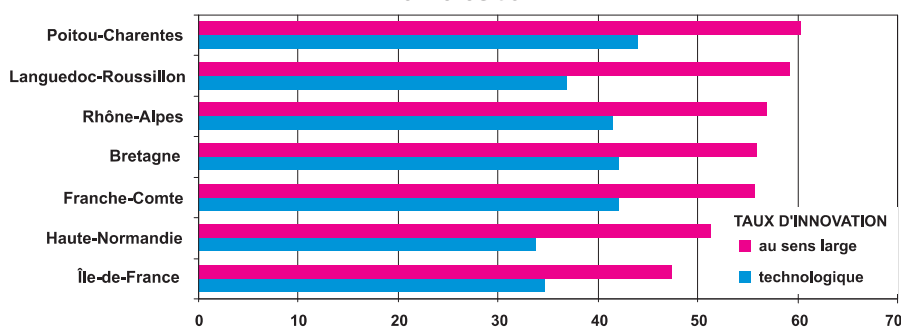


Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) innovantes entre 2008 et 2010

Note de lecture : parmi les PMI innovantes en Haute-Normandie, la part de celles ayant, entre 2008 et 2010, innové en technologie est de 64 % (22 % exclusivement et 42 % combinant avec de l'innovation non technologique).

LES PMI HAUT-NORMANDES MOINS INNOVANTES QU'AILLEURS, SURTOUT DANS LE DOMAINE TECHNOLOGIQUE



Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)

Le contexte institutionnel et économique de l'innovation en Haute-Normandie

Face à la diversité et à la complexité des processus d'innovation, les partenariats s'avèrent primordiaux entre entreprises mais aussi avec les pouvoirs publics. L'importance des enjeux financiers renforce le besoin d'un soutien externe des autorités locales, de l'État comme de la Région, soutien coordonné et formalisé à travers le contrat de projets État-Région (CPER).

La politique régionale européenne est également très incitative en matière d'innovation. En mars 2010, la Commission européenne a présenté sa nouvelle stratégie sur dix ans, destinée à relancer l'économie européenne. Intitulée Europe 2020, celle-ci réforme et prolonge la précédente stratégie de Lisbonne par une gouvernance plus étroite au sein de l'Union. Elle vise à développer une croissance « intelligente, durable et inclusive » s'appuyant sur une plus grande coordination entre les politiques nationales et européennes.

Accroître la capacité d'innovation au sein des régions pour les rendre plus attractives est donc une priorité des politiques européennes, grâce notamment aux crédits FEDER (Fonds Européens de Développement Régional) gérés en préfecture de région.

En France, l'innovation est pilotée conjointement par la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services et par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche. En région, ce sont des services de l'État (DIRECCTE, DRRT), mais aussi OSÉO et la Région Haute-Normandie qui financent et pilotent les politiques publiques de soutien à l'innovation.

Les enjeux liés à l'innovation se posent particulièrement en Haute-Normandie. Celle-ci est dotée d'une économie relativement forte et d'une large base industrielle, avec un PIB par habitant élevé et une forte productivité du travail. Son paysage industriel se caractérise par des secteurs d'activité à fort potentiel d'innovation comme celui de l'automobile et de la chimie, où prédominent de grands établissements en lien avec de nombreuses PME qui en sont sous-traitantes.

L'existence en Haute-Normandie de trois pôles de compétitivité, Mov'eo dans l'automobile, Nov@log dans la logistique et Cosmetic Valley dans la parfumerie-cosmétique, témoigne des efforts déployés pour le développement du tissu industriel du territoire. L'évaluation des pôles de compétitivité menée en 2012 a montré les performances encourageantes de ces derniers : Mov'eo a été classé « très performant », Nov@log et Cosmetic Valley « performants ».

Par ailleurs, les pouvoirs publics locaux ont manifesté la volonté de créer des structures d'aide à la démarche d'innovation. C'est ainsi qu'à l'initiative de la Région Haute-Normandie, de l'État, et d'OSÉO, a été mise en place dans la région une agence de l'innovation, SEINARI (cf. encadré page 7) dont la mission est de promouvoir les démarches d'innovation pour dynamiser les performances entrepreneuriales, en particulier au sein des PME. Autre vecteur de développement, la recherche est également une priorité affichée par les partenaires publics dans le contrat de projets État-Région (CPER). Structurée en grands réseaux de recherche (GRR), la recherche mobilise les laboratoires des établissements d'enseignement supérieur et de recherche.

Dans le choix des processus d'innovation, les efforts consacrés au progrès technologique apparaissent plus mesurés parmi les PMI haut-normandes. La part des PMI innovantes qui s'y consacrent ne s'élève qu'à 64 % (5 points de moins qu'au niveau national), juste après le Languedoc-Roussillon (61 %), mais loin derrière la Bretagne (74 %). Par ailleurs, le couplage innovation technologique-non technologique est le moins observé en Haute-Normandie parmi toutes les régions étudiées (42 % des PMI).

La dimension du marché, premier déterminant de l'innovation

Les PMI positionnées sur un marché d'envergure, national ou international, doivent particulièrement répondre à l'exigence de compétitivité qui passe par l'innovation pour exister face à la concurrence. C'est ainsi qu'en Haute-Normandie, comme ailleurs, la dimension du marché est le premier déterminant de l'innovation (voir arbre de segmentation page 8).

La présence de démarches d'innovation passe de 30 % si le marché est de portée locale, à 67 % s'il s'étend à l'international. Le lien avec la dimension du marché semble même s'être amplifié par rapport à 2008, le taux d'innovation ayant augmenté de 8 points pour les entreprises tournées vers l'international. Cette relation peut aussi être interprétée en sens inverse : les entreprises les plus innovantes ont certainement davantage d'atouts pour se positionner sur les marchés de grande envergure. Assez faible lorsque la taille du marché ne dépasse pas les limites nationales, le taux d'innovation apparaît même en diminution dans le domaine technologique, et particulièrement pour les PMI dont le marché est de portée locale (- 4 points). Pour ces dernières, le déficit d'innovation en produits ou en procédés atteint 6 points par rapport au niveau national.

Les exigences qui pèsent sur les PMI dont la dimension du marché est internationale se traduisent par une innova-

tion plutôt en matière de produits nouveaux. Si l'innovation en produits réside 7 fois sur 10 dans l'introduction d'une nouveauté sur le marché (avant la concurrence), c'est le fait de 78 % de PMI implantées à l'international (contre 15 et 7 % respectivement si l'implantation est nationale et locale).

L'appartenance à un réseau d'entreprises (groupe ou enseigne) semble favorable aux démarches d'innovation : 66 % contre 44 % pour les « indépendantes », comme le sont beaucoup de petites entreprises. Par rapport à 2008, ces proportions ont augmenté de 5 points.

soit 4 points de plus qu'au niveau national). Celles de taille intermédiaire (20 à 49 salariés) rattrapent leur retard de 2008 (+ 12 points, atteignant 55 %).

Les PMI de petite taille sont moins innovantes quelle que soit la dimension du marché d'implantation, mais celles à portée internationale restent au-dessus de la moyenne (52 %). Pour celles dont le marché est de portée locale, ce facteur de taille joue un peu moins que le taux d'endettement mais il est crucial dans le domaine technologique : plus isolées, seulement une « petite » PMI sur 10 est innovante en produit ou en procédé.

LA DIMENSION DU MARCHÉ : FACTEUR DÉTERMINANT DE L'INNOVATION

	Taux d'innovation (%)		Écart en points*		Haute-Normandie Évolution par rapport à 2008 (en points)*	
	Haute-Normandie	France				
Proportions d'entreprises innovantes au sens large						
entreprises dont la dimension du marché est exclusivement locale	29,6	34,2	≈		↗	+ 1,8
entreprises dont la dimension du marché est nationale	46,6	48,1	≈		↗	+ 0,6
entreprises dont la dimension du marché est internationale	66,7	66,8	≈		↗	+ 7,7
Proportions d'entreprises innovantes en technologie						
entreprises dont la dimension du marché est exclusivement locale	11,4	17,1	—	– 5,7	↘	- 4,0
entreprises dont la dimension du marché est nationale	27,4	29,7	≈		↘	- 1,3
entreprises dont la dimension du marché est internationale	50,6	53,3	≈		↗	+ 3,8

Source : Insee, Enquêtes statistiques publiques innovation CIS 2008, CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
(*) Voir encadré page 8

Le rattrapage est essentiellement le fait des PMI de 20 à 49 salariés

La capacité d'innovation au sein des PMI croît avec la taille de l'entreprise. Les plus petites PMI, celles de moins de 20 salariés, connaissent en Haute-Normandie des difficultés persistantes à s'engager dans des processus d'innovation. Quasi-stable par rapport à 2008, leur taux d'innovation est en effet inférieur de 8 points à leurs homologues nationales (38 % contre 46 %). Dans les entreprises de plus grande taille, le constat tourne à l'avantage de la région. Principalement placées à l'international, les PMI haut-normandes employant 50 à 249 salariés se positionnent plus favorablement qu'ailleurs (77 %,

Certains secteurs d'activité enregistrent des progrès importants

Les secteurs industriels les plus tournés vers l'innovation sont logiquement ceux davantage positionnés sur des marchés internationaux. Dans la chimie, 9 PMI sur 10 sont tournées à l'international, leur taux d'innovation s'élève à 72 %. Moins orienté vers l'étranger, le secteur de la fabrication informatique-électronique-optique est tout de même le plus innovant (84 % des PMI) et l'un de ceux qui progressent le plus par rapport à 2008 (+ 21 points), la palme revenant de ce point de vue au secteur du textile-habillement-cuir (+ 23 points). Ces deux secteurs se démarquent désormais par un taux d'innovation nettement supérieur au niveau national (de 12 à 13 points). Avec un taux légèrement au-dessus de la moyenne régionale, le secteur de la métallurgie, dans lequel se trouve le quart des PMI, améliore significativement ses résultats (+ 8 points).

LES PMI DE 20 À 50 SALARIÉS REJOIGNENT LE NIVEAU NATIONAL

	Taux d'innovation (%)		Écart en points*		Haute-Normandie Évolution par rapport à 2008 (en points)*	
	Haute-Normandie	France				
Entreprises de 10 à 19 salariés	37,6	45,6	-	- 8,0	≈	
Entreprises de 20 à 49 salariés	54,8	54,9	≈		↗	+11,6
Entreprises de 50 à 249 salariés	77,0	73,4	+	+ 3,6	≈	

Source : Insee, Enquêtes statistiques publiques innovation CIS 2008, CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
(*) Voir encadré page 8

À l'opposé, les industries alimentaires (42 %) et surtout la réparation et installation de machines et d'équipements (33 %) se situent nettement en retrait par rapport au niveau national, ces deux secteurs comportant une grande part d'entreprises de petite taille. Fortement représentés dans les PMI (14 et 16 % respectivement), ils contribuent largement à la relative faiblesse du taux d'innovation régional.

Des compétences spécifiques, facteurs d'impulsion de l'innovation

L'innovation requiert certaines compétences dont l'entreprise peut disposer en interne avec du personnel spécifique ou en faisant appel à des entreprises prestataires.

Ainsi, la part d'entreprises innovantes ayant recours à des compétences spécifiques est nettement plus élevée que celle des entreprises non innovantes : 62 % des entreprises innovantes emploient des personnes ayant un savoir-faire a priori utile pour innover ; c'est le cas de seulement 23 % des entreprises non innovantes. De même, le recours à des compétences extérieures concerne 67 % des entreprises innovantes et 29 % des entreprises non innovantes.

En Haute-Normandie, les entreprises innovantes en technologie utilisent plus souvent qu'ailleurs des compétences internes : 72 % d'entre elles mobilisent leurs propres ressources et 68 % ont recours à l'extérieur. En France, ces parts sont respectivement de 67 % et 71 %.

Les compétences internes des entreprises innovantes sont plus directement liées à l'aspect technique de l'innovation : 30 % d'entre elles emploient des personnes qualifiées pour la conception d'objets ou de prestations de services, 28 % pour la veille concurrentielle ou technologique, 24 % pour l'ingénierie, les sciences appliquées.

Le recours à des services extérieurs concerne plutôt la communication : 43 % des entreprises sous-traitent la conception de leurs sites web, 28 % les arts graphiques, la mise en page et la publicité et 25 % le multimédia, ainsi que le droit et la propriété intellectuelle (25 %).

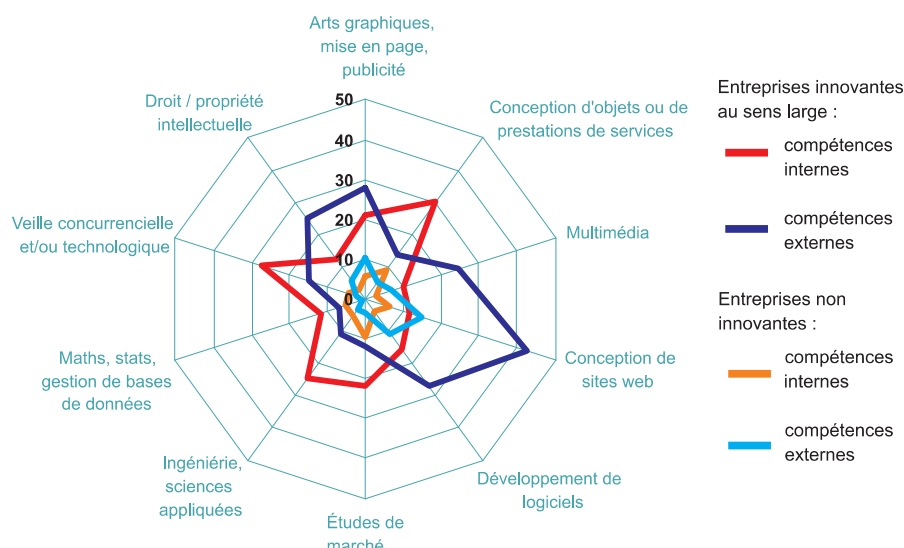
L'accès à des compétences spécifiques, internes ou externes, accroît davantage la probabilité d'innover des petites entreprises : parmi les PMI de 10 à 19 salariés, 2,5 fois plus d'entreprises s'en-

LES SECTEURS DE L'INFORMATIQUE-ÉLECTRONIQUE-OPTIQUE EN POINTE DANS LA RÉGION

	Taux d'innovation (%)		Écart en points*		Haute-Normandie Évolution par rapport à 2008 (en points)*	
	Haute-Normandie	France				
Fabrication informatique, électronique, optique et d'équipements électriques	84,1	71,9	+	+ 12,2	↗	+ 20,8
Industrie chimique	71,7	76,2	≈		≈	
Fabrication de textiles, industries de l'habillement, industrie du cuir et de la chaussure	62,9	49,6	+	+ 13,3	↗	+ 22,8
Fabrication de machines, équipements et matériels de transport	57,0	66,2	-	- 9,2	≈	
Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique ainsi que d'autres produits minéraux non métalliques	55,1	57,4	≈		≈	
Travail du bois, industries du papier et imprimerie	53,3	50,0	≈		≈	
Métallurgie et fabrication de produits métalliques à l'exception des machines et des équipements	52,5	48,3	≈		↗	+ 7,8
Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac	41,9	48,0	-	- 6,1	≈	
Réparation et installation de machines et d'équipements	33,1	46,0	-	- 12,9	≈	

Source : Insee, Enquêtes statistiques publiques innovation CIS 2008, CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
(*) Voir encadré page 8

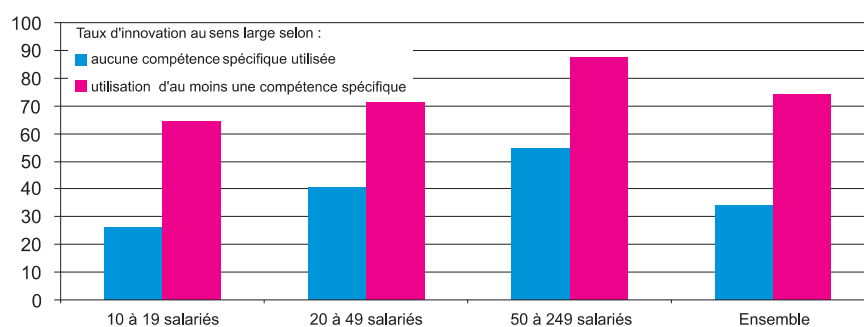
LES ENTREPRISES INNOVANTES MOBILISENT DAVANTAGE CERTAINES COMPÉTENCES



Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
Note de lecture : 30 % des entreprises innovantes disposent de personnel compétent pour la conception d'objets ou de prestations de services, 43 % d'entre elles ont recours à l'extérieur pour la conception de sites web.

Unité : %

L'ACCÈS À DES COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES EST PARTICULIÈREMENT DÉTERMINANT POUR LES PLUS PETITES ENTREPRISES



Source : Insee, enquête statistique publique innovation CIS 2010
Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
Note de lecture : parmi les entreprises de 10 à 19 salariés, ayant utilisé au moins une compétence interne entre 2008 et 2010, 64,3 % ont innové.

Unité : %

gagent dans un processus d'innovation quand elles ont accès à ce type de compétences ; c'est 1,8 fois plus pour les

entreprises de 20 à 49 salariés et 1,6 fois pour les entreprises de 50 à 249 salariés.

Le coût est présenté comme le principal facteur de frein à l'innovation

L'absence de démarche d'innovation peut simplement s'expliquer par le manque de nécessité. Plus de 40 % des PMI non innovantes déclarent ne pas innover en raison d'absence de demande ou d'innovations déjà réalisées. Mais elles déplorent aussi le coût de l'innovation (20 %) et le manque de moyens financiers internes (18 %) comme freins à leurs initiatives.

Les entreprises ayant innové peuvent elles aussi avoir rencontré des freins dans leurs démarches.

En Haute-Normandie, 68 % d'entre elles ont connu au moins un facteur de frein de niveau élevé, contre 59 % des entreprises non innovantes ; c'est légèrement plus qu'en moyenne nationale.

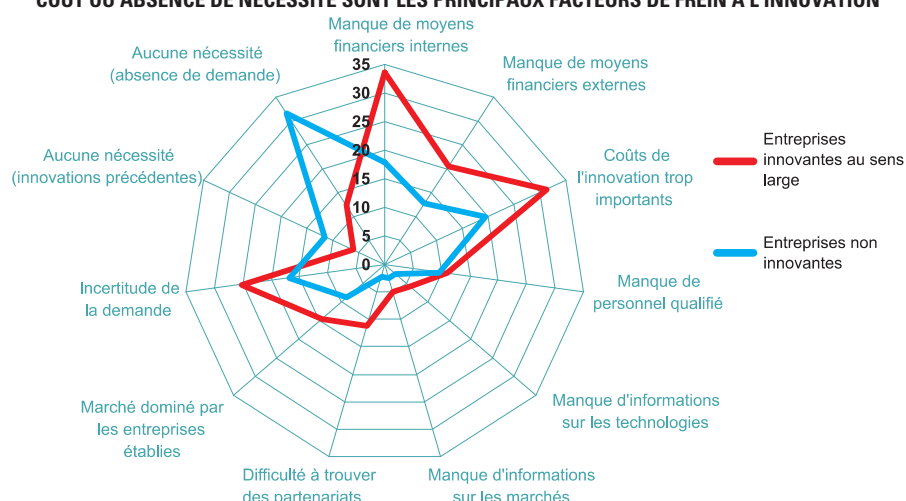
Parmi les PMI innovantes, les facteurs de frein les plus cités sont liés aux coûts : dans la région, un tiers de ces entreprises mentionnent le manque de moyens financiers internes et un peu plus de trois sur dix le coût de l'innovation. Troisième facteur de frein, l'incertitude de la demande concerne le quart des entreprises, suivi du manque de moyens financiers externes, pour une PMI sur cinq. Le manque de personnel qualifié et la difficulté à trouver des partenaires de coopération pèsent moins.

La dynamique commerciale prime sur la productivité

Lorsque les entreprises s'engagent dans un processus d'innovation technologique, leurs objectifs sont d'abord liés au marché, en Haute-Normandie comme ailleurs. Pour deux tiers des PMI innovantes en technologie, la conquête de nouveaux marchés est une motivation forte. L'élargissement de la gamme de biens ou de prestations de services (58 %) et l'amélioration de leur qualité (45 %) constituent aussi un enjeu important.

A contrario, les économies de fonctionnement sont moins déterminantes pour la majorité des entreprises. Seulement 24 % d'entre elles estiment important la réduction des coûts de matériel et 18 % l'amélioration de la flexibilité de la production.

COÛT OU ABSENCE DE NÉCESSITÉ SONT LES PRINCIPAUX FACTEURS DE FREIN À L'INNOVATION



Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)

Note de lecture : 34 % des entreprises innovantes déclarent que le manque de moyen financiers internes est un frein important à l'innovation.

Unité : %

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE D'ABORD POUR UNE MEILLEURE DYNAMIQUE COMMERCIALE

Objectifs jugés d'importance dans la mise en œuvre de l'innovation technologique



Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010.

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) innovantes en technologie.

Note de lecture : Parmi les PMI innovantes technologiquement, la part des entreprises ayant déclaré au moins l'objectif de réduction des impacts environnementaux est de 26 %.

Unité : %

UN SOUTIEN FINANCIER PUBLIC POUR LA MOITIÉ DES PMI INNOVANTES

Proportion d'entreprises innovantes	Haute-Normandie (%)	France (%)	Écart*	Haute-Normandie Évolution par rapport à 2008 (en points)*
Ayant reçu un soutien financier public aux activités d'innovation technologique	51,1	50,5	≈	↗ + 35,3
Ayant reçu des subventions, prêts, avances, garanties de prêts des collectivités territoriales	14,2	17,1	≈	↗ + 8,7
Ayant reçu des subventions, prêts, avances, garanties de prêts des organismes nationaux	19,7	19,9	≈	↗ + 10,1
Ayant reçu des subventions, prêts, avances, garanties de prêts de l'Union Européenne	7,8	9,7	≈	↗ + 5,9
Ayant obtenu un Crédit Impôt Recherche	38,6	36,1	≈	↗ + 29,3

Source : Insee, Enquêtes statistiques publiques innovation CIS 2008, CIS 2010.

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) innovantes en technologie.

(*) Voir encadré page 8.

Seulement 1 entreprise sur 3 innove dans le cadre d'une coopération

En Haute-Normandie comme ailleurs, peu d'entreprises coopèrent pour innover. Seulement 32 % des entreprises haut-normandes innove dans le cadre d'une coopération. Lorsqu'elle se réalise, la coopération se fait presque toujours avec des partenaires de marché. Les fournisseurs (70 %), les clients de l'entreprise ou les consommateurs (61 %) sont les premiers partenaires, devant les autres entreprises du groupe ou du réseau d'enseigne (47 %).

Les sources d'informations privilégiées pour les activités d'innovation sont en premier lieu internes à l'entreprise, son groupe ou son réseau d'enseigne (51 % des entreprises) ; les entreprises s'informent ensuite auprès de leurs clients ou de leurs consommateurs (24 %) puis de leurs fournisseurs (22 %).

Les structures institutionnelles -universités, organismes publics de R&D- sont moins sollicitées, que ce soit comme partenaire d'innovation (38 %) ou comme source d'information (6 %).

R & D, achat de matériels et formation sont les principaux moyens mis en œuvre

Pour mener à bien leurs innovations de produits et de procédés, les PMI investissent en premier lieu dans la recherche et développement en interne (69 %), l'acquisition de machines, d'équipements ou de logiciels (65 %) et dans la formation (56 %). En lien avec la faiblesse de la coopération, la recherche et développement en externe et l'acquisition d'autres connaissances externes sont peu développées (respectivement 32 % et 29 %).

Un soutien financier public en forte hausse

En 2010, 51 % des PMI hauts-normandes ont bénéficié d'une aide publique à l'innovation technologique, pour seulement 16 % en 2008. Cette forte croissance est due notamment au développement du Crédit Impôt Recherche, accordé à 39 % des PMI (pour 9 % précédemment). Les entreprises de 50 à 249 salariés sont les premières bénéficiaires de cette aide (47 % en Haute-Normandie et 57 % en France). Toutefois en Haute-Normandie, les PMI de 20 à 49 salariés reçoivent plus fréquemment un soutien financier (57 % pour 51 % en France), notamment des collectivités territoriales, des organismes nationaux ou de l'Union européenne.

SEINARI (Agence régionale de l'Innovation)

Créée à l'initiative de la Région Haute-Normandie, de l'État, et d'OSÉO, SEINARI, (Agence de l'Innovation en région Haute-Normandie), a pour objectifs de :

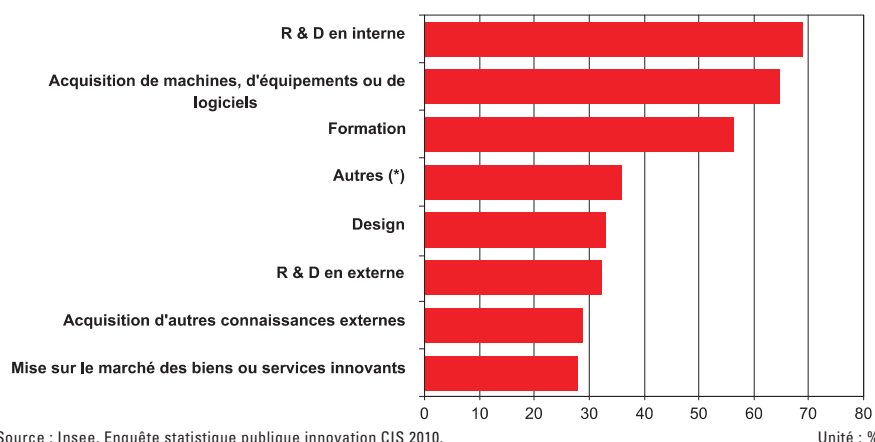
- + fédérer et animer les partenaires régionaux de l'innovation autour d'une stratégie commune de soutien à l'innovation;
- + de promouvoir un concept élargi de l'innovation;
- + de renforcer la cohérence et l'efficacité des dispositifs de soutien et d'accompagnement des entreprises, voire de les compléter.

L'Agence de l'Innovation est un outil opérationnel pour accompagner et guider les entreprises, et notamment les PME-PMI, dans leurs démarches d'innovation :

- + elle soutient et accompagne tant les projets de création d'entreprises innovantes, notamment via un incubateur, que les entreprises en développement;
- + elle anime le réseau régional de l'innovation.

Plus d'informations sur www.seinari.fr

R & D INTERNE : PREMIER MOYEN MIS EN ŒUVRE POUR L'INNOVATION



Source : Insee, Enquête statistique publique innovation CIS 2010.

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) innovantes en technologie.

Note de lecture : Parmi les PMI innovantes technologiquement, la part des entreprises ayant investi au moins dans un recours à de la formation est de 56 %.

(*) : Préparation de la mise en œuvre des innovations de produits (biens, prestations de services) ou de procédés - activités non mentionnées dans les autres modalités : études de faisabilité, tests, développement de routine informatique, amélioration du matériel, ingénierie de production...

Définitions

Innovation technologique :

- **de produit** : introduction sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou significativement amélioré au regard de ses caractéristiques essentielles.
- **de procédé** : mise en œuvre d'un procédé de production, d'une méthode de distribution, d'une activité de soutien ou de support nouveaux ou significativement améliorés.

Innovation non technologique :

- **d'organisation** : mise en place d'un nouveau mode de fonctionnement, d'une nouvelle méthode d'organisation du travail ou des relations externes qui doit résulter de décisions stratégiques prises par la direction.
- **de marketing** : mise en œuvre de concepts ou de stratégies de vente nouveaux ou qui diffèrent significativement des méthodes de vente existant auparavant.

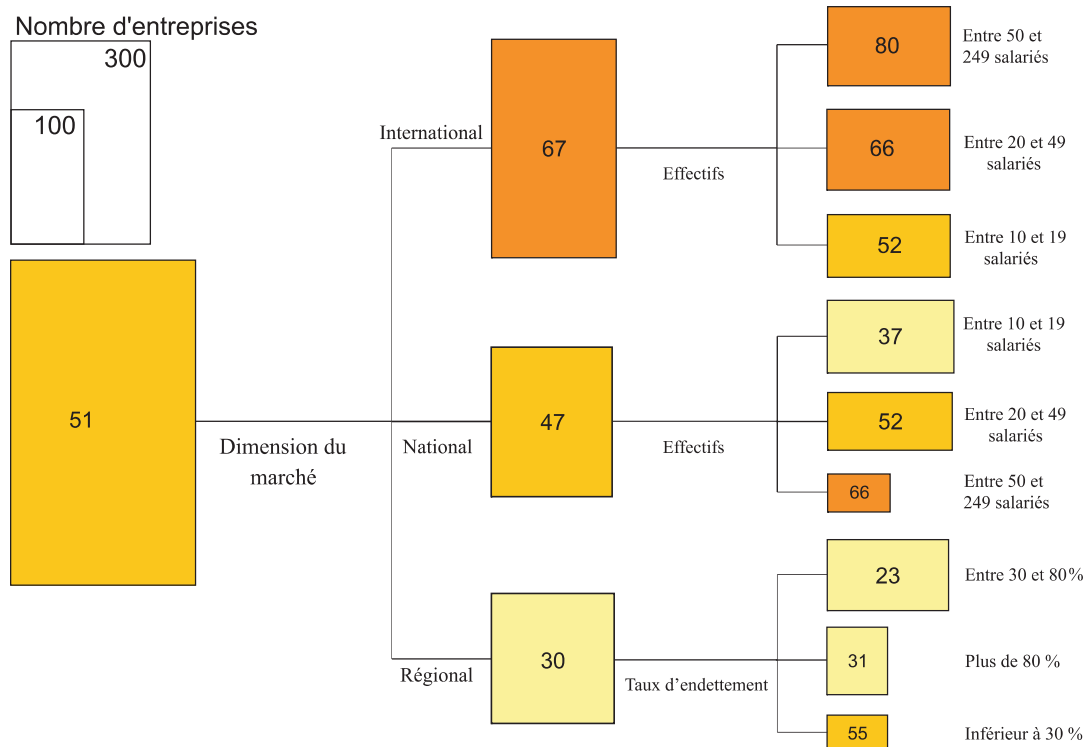
Une **entreprise innovante au sens large** est une entreprise ayant procédé à une innovation technologique ou à une innovation non technologique. Relatives aux produits ou procédés, les démarches d'innovation en cours ou abandonnées sont prises en comptes. Le **taux d'innovation** est la part des entreprises qui innove rapportée à l'ensemble des entreprises du champ observé.

Métiers créatifs* : regroupement de professions trouvant leur origine dans la créativité individuelle, telles que les arts et spectacles, la photographie, la mode et la décoration, la littérature, la presse, l'imprimerie et l'édition, la publicité, les relations publiques et la communication, l'artisanat d'art, l'architecture.

Métiers de conception-recherche* : regroupement de professions techniques trouvant leur origine dans la R & D, telles que l'ingénierie, les études, le dessin spécialisé, la méthodologie de fabrication, exerçant dans le domaine industriel, notamment de transformation, et le secteur tertiaire (enseignement).

* les nomenclatures détaillées sont accessibles dans les documents associés à la publication sur notre site internet, à l'adresse : www.insee.fr/fr/regions/haute-normandie/, dans le chapitre " les publications " cliquer sur " Aval ".

ARBRE DE SEGMENTATION DU TAUX D'INNOVATION (%)



Note de lecture : 51 % des PMI ont introduit une innovation (au sens large) au cours de la période 2008-2010. Le premier déterminant de l'innovation est la dimension du marché sur lequel intervient l'entreprise. Ainsi, le taux d'innovation des PMI dont le marché est uniquement régional est de 30 % contre 67 % pour celles dont le marché s'étend au niveau international.

L'enquête CIS 2010

Cette publication est basée sur les résultats de l'enquête communautaire sur l'innovation, appelée CIS (Community Innovation Survey). Principal outil pour mesurer l'innovation en Europe, elle permet notamment de décrire le processus d'innovation, d'en mesurer la fréquence, d'évaluer ses effets et d'apprécier ses mécanismes. L'enquête, produite à une fréquence bisannuelle depuis 2004, est menée dans l'ensemble des pays de l'Union Européenne et régie par un cadre européen.

L'édition 2010, appelée CIS 2010, porte sur l'innovation, au cours de la période 2008 - 2010, des entreprises des secteurs marchands non agricoles de dix salariés ou plus. La collecte s'est déroulée par voie postale au second semestre 2011.

Pour la France, cette édition est la seconde occurrence bénéficiant d'extensions régionales venant compléter le dispositif national. Elle permet de disposer de données robustes à des échelons régionaux. La Haute-Normandie fait partie des dix régions concernées par ces extensions. Celles-ci portent sur les entreprises mono ou quasi - monorégionales (celles ayant plus de 80 % de leurs emplois dans la région d'intérêt) de 10 à moins de 250 salariés. Pour la Haute-Normandie, le champ a été restreint aux secteurs de l'industrie manufacturière. Au total, 834 entreprises ont été interrogées et 662 ont répondu.

Précision des résultats

Les résultats issus de l'enquête sont sensibles aux effectifs concernés et au taux de réponse dans la strate observée, ainsi qu'à l'amplitude de l'écart ou de l'évolution observée pour des comparaisons. Pour les variables présentées dans l'étude (en %), les tableaux fournissent le degré de précision suivant la significativité :

- écarts mesurés entre la Haute-Normandie et la France (enquête CIS 2010) : le signe + ou -, ainsi que l'écart en points, sont précisés si les écarts sont significatifs d'un point de vue statistique ; dans le cas contraire, le signe ≈ est utilisé. Par exemple, dans le tableau de la page 1, l'écart entre les taux d'innovation en marketing est significatif (négatif et s'élevant à - 1,8 point). Pour l'innovation en organisation, l'écart est en revanche non significatif (statistiquement trop proche de zéro).
- évolutions observées entre les enquêtes CIS 2008 et CIS 2010 : le sens (flèche montante ou descendante) et les points de variation sont précisés si les évolutions sont significatives d'un point de vue statistique. Par exemple, dans le tableau de la page 1, l'évolution du taux d'innovation en organisation est significative (positive et s'élevant à + 5,4 points). Pour l'innovation en produits, la variation est en revanche non significative (statistiquement trop proche de zéro).



Préfecture de la Région
de Haute-Normandie



Insee Haute-Normandie

8 quai de la Bourse
76037 Rouen cedex 1
Tél : 02 35 52 49 11
www.insee.fr

Informations statistiques :
09 72 72 4000
du lundi au vendredi, 9h à 17h
(prix d'un appel local)

Agence de l'Innovation en Région Haute-Normandie

73 rue Martainville
76000 Rouen
www.seinari.fr

Directeur de la publication :

Alain MALMARTEL
Rédaction en chef :
Maryse CADALANU

Auteurs :

Bruno BLAZÉVIC
Jérôme FOLLIN
Catherine SUEUR

Mise en page :

Mansour BENTABET

Cartographie :

Jérôme MARAJDA

© INSEE 2012

ISSN : 0245-9809
ISBN : 978-2-11-069480-5
Dépôt légal : Octobre 2012
Code Sage : AVAL12568
Imprimerie IROPA - 76800