



UNE PUBLICATION EN PARTENARIAT POUR UN PREMIER ÉTAT DES LIEUX DE L'INNOVATION EN HAUTE-NORMANDIE

Initiée par la Préfecture de Région et l'Insee de Haute-Normandie, la présente publication permet d'apporter pour la première fois un éclairage statistique sur l'innovation au sein des PMI régionales. En dressant un tableau détaillé sur ce thème pour l'appareil industriel, ce document constitue un outil de base pour la réflexion des acteurs locaux concernés. Le lancement de l'étude coïncide avec la création de l'agence régionale de l'Innovation, Seinari, dont la mission est de promouvoir les démarches d'innovation. Cet état des lieux servira pour l'avenir de " point zéro " pour mesurer l'impact des efforts de promotion entrepris au cours du temps.

Cofinancée par le Pôle "Entreprises, Emploi, Economie" de la Direccte et l'Insee, l'étude est l'aboutissement d'un travail de synthèse qui a mobilisé la Préfecture, la Région et Seinari. Que l'ensemble des contributeurs en soient remerciés.

L'innovation dans les PMI haut-normandes

Une dynamique d'innovation relativement faible dans les petites structures industrielles

L'innovation fait partie des principaux facteurs de compétitivité d'une région. Elle fait d'ailleurs l'objet d'une mobilisation particulière des acteurs publics en Haute-Normandie, se traduisant notamment par la création d'une agence régionale de l'innovation (Seinari). Étudiées sur le champ des petites et moyennes industries, les démarches d'innovation apparaissent un peu moins fréquentes en Haute-Normandie. Mais cette tendance est uniquement due au faible taux d'innovation dans les plus petites structures, les entreprises industrielles de taille moyenne étant même un peu plus innovantes qu'au plan national. La préoccupation environnementale est particulièrement présente dans les démarches d'innovation, tandis que le recours aux aides publiques est encore très minoritaire.

Dans le contexte de mondialisation croissante, l'innovation constitue l'un des principaux ressorts de la productivité et de la compétitivité économique. Elle devient un facteur primordial pour développer les emplois, ou au moins les préserver, et constitue à ce titre un enjeu prioritaire pour les décideurs régionaux. 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 (dépenses en Recherche & Développement, dépôt de brevets...) est assez dynamique au regard des autres régions, notamment dans les activités industrielles. 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.

Proportion d'entreprises innovantes entre 2006 et 2008 suivant le type d'innovation

	Haute-Normandie	France
Innovation technologique (en produits ou en procédés)	32,7	38,5
<i>innovation en produits (biens ou services)</i>	21,4	25,8
<i>innovation en procédés</i>	26,2	28,1
Innovation en organisation	32,0	32,3
Innovation en marketing	15,1	19,4
Innovation au sens large (existence d'au moins un type d'innovation)	46,3	51,2

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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Le concept d'innovation évolue et peut prendre des formes diverses (voir définitions p. 3). Il couvre non seulement des enjeux liés à l'introduction de nouveaux produits ou procédés (innovation technologique) mais aussi la mise en œuvre de méthodes de marketing ou d'organisation interne à l'entreprise.

Près d'une PMI haut-normande sur deux innove

Dans l'univers des petites et moyennes industries haut-normandes, c'est près d'une entreprise sur deux qui déclare avoir mis en œuvre, entre 2006 et 2008, au moins une de ces formes d'innovation (1). Ce " taux d'innovation " de 46 % est un peu en retrait du taux moyen national. Si l'innovation en organisation est à peu près aussi fréquente qu'ailleurs, elle apparaît moins développée dans le domaine du marketing et dans sa composante technologique (produits et procédés).

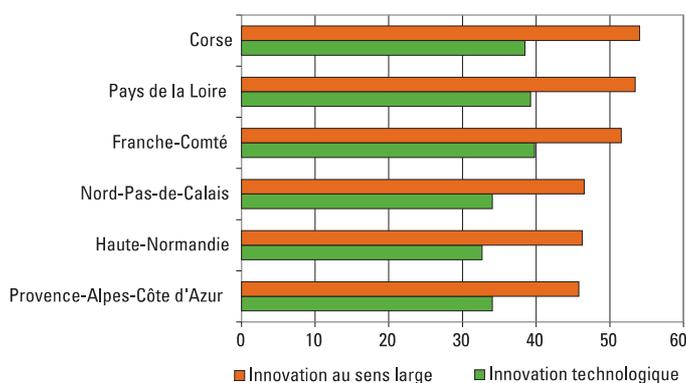
(1) voir encadré méthodologie de l'enquête et de ses extensions régionales (p. 8)

Un taux régional d'innovation technologique en retrait ...

Le taux global d'innovation place la Haute-Normandie en retrait de la moyenne nationale mais aussi de la plupart des six régions disposant de résultats sur leur industrie (1). On note en particulier un " déficit " d'innovation technologique par rapport à des régions relativement industrialisées comme la Franche-Comté ou les Pays de la Loire (près de 40 % dans ces deux régions contre 33 % en Haute-Normandie).

L'innovation en produits est toutefois un peu plus " pure " en Haute-Normandie : elle correspond deux fois sur trois à des produits vraiment nouveaux sur le marché, cette proportion étant plus élevée que dans les autres régions. À l'inverse, une fois sur trois, le produit est nouveau pour l'entreprise mais déjà présent sur son marché : on peut alors parler d'une innovation " de rattrapage ", un peu moins fréquente dans la région.

Taux d'innovation suivant la région



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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Combinaisons d'innovations

Présence du type d'innovation en :				Haute-Normandie	France
Produits	Procédés	Organisation	Marketing		
non	non	oui	non	20	16
oui	oui	oui	oui	15	13
oui	oui	oui	non	12	10
non	oui	oui	non	9	8
non	oui	non	non	9	9
oui	oui	non	non	6	8
non	non	oui	oui	5	6
oui	non	non	non	5	8
non	non	non	oui	5	4
oui	non	oui	non	4	3
oui	oui	non	oui	3	3
non	non	non	non	2	1
non	oui	oui	oui	2	4
oui	non	oui	oui	1	3
oui	non	non	oui	1	3
non	oui	non	oui	1	1
Ensemble des entreprises innovantes				100	100

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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Note : les entreprises innovantes avec aucun type d'innovation présent sont celles ayant déclaré uniquement des activités d'innovation technologique en cours ou abandonnées.

(1) voir encadré méthodologie de l'enquête et de ses extensions régionales (p. 8)

Seinari (AGENCE RÉGIONALE DE L'INNOVATION)

L'État, la Région Haute-Normandie et OSEO ont créé début 2009 une agence régionale de l'innovation baptisée **Seinari** pour :

- fédérer les partenaires régionaux de l'innovation autour d'une stratégie commune,
- améliorer la visibilité des dispositifs de soutien à l'innovation tant en matière d'aide que d'accompagnement,
- renforcer la cohérence et l'efficacité de ceux-ci en les complétant.

L'agence a eu pour toute première mission, en lien étroit avec les 3 co-fondateurs publics :

- la mise en place d'une stratégie régionale de l'innovation et son suivi,
- sa déclinaison en plans d'actions annuels et pluri-annuels.

Plus d'informations sur www.seinari.fr/documents_inter-net/Seinari_SRI.pdf

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, notamment à travers le contrat de plan (CPER).

La politique régionale européenne est également très incitative en matière d'innovation. La stratégie de Lisbonne, décidée en 2000 par le Conseil européen, visait à faire de l'Union européenne l'économie de la connaissance la plus compétitive au monde à l'horizon 2010. La politique européenne cherche en effet à accroître la capacité d'innovation au sein des régions pour les rendre plus attractives, grâce notamment aux crédits FEDER (Fonds Européen de Développement Régional) distribués par les préfetures de région.

Plus récemment, en France, l'étude prospective " France 2025 " pointait la nécessité de pérenniser la démarche de stratégie nationale de recherche et d'innovation, de réussir la " France numérique ", de mieux valoriser la recherche, et de concentrer les efforts sur quelques pôles, leur compétitivité dépendant principalement d'une collaboration forte entre les acteurs de la recherche et de l'innovation, et la constitution de masses critiques.

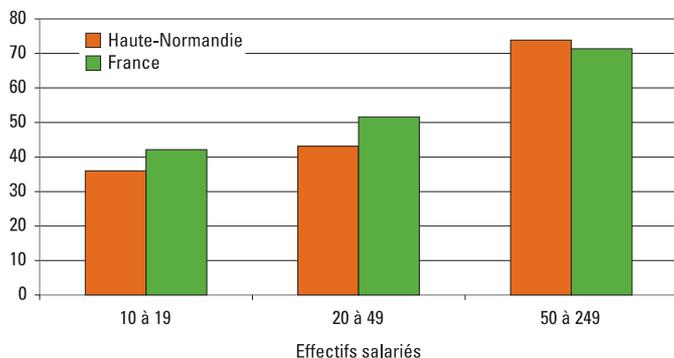
Les enjeux liés à l'innovation se posent particulièrement en Haute-Normandie. Celle-ci est dotée d'une économie relativement forte, avec un PIB par habitant élevé et une forte productivité du travail. Son paysage industriel se caractérise par des secteurs d'activité à fort potentiel d'innovation comme 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 dont Mov'eo dans l'automobile et Cosmetic Valley dans la parfumerie-cosmétique, témoigne des efforts déployés pour le développement du tissu industriel du territoire. 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 l'État, de la Région et d'OSEO, a été mise en place dans la région une agence de l'innovation, Seinari (cf. encadré) 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 CPER.

La majorité des entreprises qui innovent déclarent en fait combiner plusieurs de ces quatre types d'innovation, voire les quatre simultanément. Ainsi, en Haute-Normandie, 15 % des PMI innovantes associent les quatre types d'innovation, un peu plus qu'au plan national (13 %) et que dans les autres régions concernées par l'extension d'enquête, mise à part la Corse. Parmi les entreprises innovantes, 18 % déclarent combiner trois types d'innovation et 26 % seulement deux. La part des entreprises qui innovent dans un seul type d'innovation atteint 39 %, le plus fréquemment en matière d'organisation.

... essentiellement dans les petites entreprises

Le taux d'innovation qui fait référence dans l'étude (part des entreprises qui innovent) correspond à une " propension " à innover mais ne tient pas compte de la taille des entreprises. Or, ce critère s'avère assez discriminant dans le comportement d'innovation. Sans surprise, les petites structures ont une fréquence d'innovation moins élevée que les unités plus importantes : si le taux d'innovation s'établit autour de 40 % pour les entreprises de 10-49 salariés, il dépasse 70 % dans la tranche 50-249 salariés. Les petites entreprises ont probablement, en moyenne, moins de capacités d'innovation mais surtout, pour les entreprises plus grandes, l'innovation constitue souvent un impératif de compétitivité voire de survie sur les marchés nationaux ou internationaux sur lesquels elles sont positionnées.

Proportion d'entreprises innovantes suivant la taille en effectifs de l'entreprise

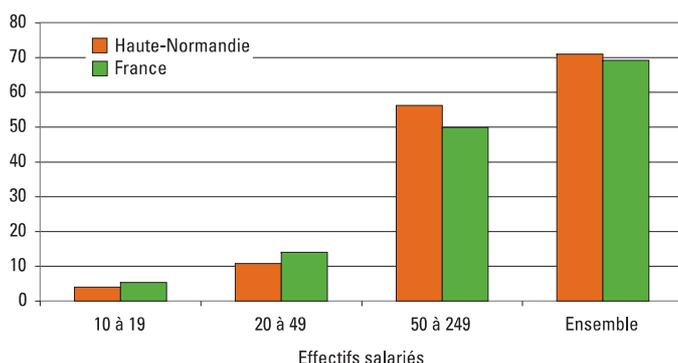


Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Part du chiffre d'affaires des entreprises innovantes suivant la taille en effectifs



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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

DÉFINITIONS

Une entreprise innovante est une entreprise ayant procédé à une innovation de produit, de procédé, d'organisation, de marketing ou à des activités d'innovation n'ayant pas abouti à une innovation.

Innovation de produit : introduction sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou significativement amélioré au regard de ses caractéristiques essentielles.

Innovation 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 pour les biens ou services.

Innovation 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.

Innovation de marketing : mise en œuvre de concepts ou de stratégies de vente nouveaux ou qui diffèrent significativement des méthodes de vente existant auparavant.

Innovation technologique : concept réduit aux innovations de produits et de procédés.

L'innovation environnementale est définie comme une innovation de produit, de procédé, d'organisation ou de marketing générant un bénéfice environnemental comparé aux alternatives existantes.

Petites et moyennes entreprises : le décret d'application (n°2008-1354) de l'article 51 de la loi de modernisation de l'économie précise que la catégorie des petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui emploient moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. Dans le cadre de cette étude, seul le critère d'effectif est vérifié pour retenir les entreprises dans le champ des PME.

La PMI (petite et moyenne industrie) est une PME du champ industriel.

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

Réseau : ensemble de points de vente (sociétés ou établissements) et d'une tête de réseau qui entretient des relations durables en établissant une communauté d'intérêts.

Pôle de compétitivité : association, sur un territoire donné, d'entreprises, de centres de recherche et d'organismes de formation, engagés dans une démarche partenariale, destinée à dégager des synergies autour de projets innovants conduits en commun en direction d'un (ou de) marché(s) donné(s).

La prise en compte de cet " effet taille " nuance sensiblement le diagnostic qu'on peut porter sur l'innovation dans les PMI en Haute-Normandie. Les petites structures y sont moins innovantes qu'ailleurs mais la tendance est inverse pour les établissements de taille moyenne (50 à 250 salariés) dont la part est relativement importante dans la région. Ainsi, si le poids de chaque entreprise est appréhendé par son chiffre d'affaire, le poids de l'innovation apparaît un peu plus élevé dans l'ensemble des PMI haut-normandes qu'au plan national. Il est même un peu supérieur à ce qu'on observe dans toutes les régions concernées par l'extension d'enquête.

Part du chiffre d'affaires des entreprises innovantes (au sens large)

	Haute-Normandie	Nord-Pas-de-Calais	Franche-Comté	Pays de la Loire	Provence-Alpes-Côte d'Azur	France
Proportion d'entreprises innovantes	46	47	52	53	46	51
Part du chiffre d'affaires des entreprises innovantes	71	70	64	68	67	69
Entreprises de 50 à moins de 250 salariés :						
Proportion d'entreprises innovantes	74	72	73	69	67	71
Part du chiffre d'affaires des entreprises innovantes	56	50	46	47	40	50

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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Note de lecture : En Haute-Normandie, 46 % des entreprises sont innovantes ; le chiffre d'affaires de ces entreprises représente 71 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises, innovantes ou non.

74 % des entreprises de 50 à moins de 250 salariés sont innovantes et leur volume de chiffre d'affaires représente 56 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises, de 10 à 249 salariés, innovantes ou non.

Combinaisons d'innovations (au sens large) suivant la taille en effectifs salariés

	Haute-Normandie								France							
	Effectifs salariés															
	10 à 19		20 à 49		50 à 249		Ensemble		10 à 19		20 à 49		50 à 249		Ensemble	
	%	cumul	%	cumul	%	cumul	%	cumul	%	cumul	%	cumul	%	cumul	%	cumul
Aucun	4		1		2		2		2		1		2		1	
Un type d'innovation	40	96	43	99	33	98	39	98	41	98	36	99	31	98	37	99
Deux types d'innovation	32	56	22	56	26	65	26	59	29	57	29	63	28	67	29	62
Trois types d'innovation	13	24	23	34	17	39	18	33	17	28	22	34	23	39	20	33
Quatre types d'innovation	11	11	11	11	22	22	15	15	11	11	12	12	16	16	13	13

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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Note de lecture : Les entreprises innovantes avec aucun type d'innovation présent sont celles ayant déclaré uniquement des activités technologiques en cours ou abandonnées. En Haute-Normandie, 32 % des entreprises innovantes de 10 à 19 salariés combinent deux types d'innovation (56 % d'entre elles au moins deux types d'innovation).

La propension à combiner différents types d'innovation est plus forte dans les entreprises de plus grande taille. En effet, 65 % des entreprises innovantes de 50 à moins de 250 salariés cumulent au moins deux types d'innovation, contre 56 % parmi celles de moins de 50 salariés. Par ailleurs, les parts respectives des entreprises associant les quatre types d'innovation vont du simple au double (22 % contre 11 %). Les plus petites, celles de 10 à moins de 20 salariés, peinent à cumuler plus de deux types d'innovation (un quart d'entre elles seulement, contre 35 % parmi les entreprises de 20 à moins de 50 salariés et 39 % parmi les plus grandes).

L'innovation plus fréquente dans les grandes entreprises, positionnées sur des marchés de grande échelle...

Les comportements innovateurs sont plus fréquemment observés lorsque l'entreprise intervient sur un marché relativement large (national voire international). Une grande majorité des entreprises dont la couverture du marché dépasse les limites régionales ou nationales déclarent innover (59 % et 71 % respectivement). Ces parts sont équivalentes à celles observées en moyenne nationale. La Haute-Normandie " pêche " donc, en comparaison, par sa faible propension à innover parmi les entreprises dont le marché est de plus faible envergure (seulement une entreprise sur trois parmi celles dont le marché est local, soit 8 points de moins qu'au niveau national). Ce résultat est en cohérence avec la relative faiblesse du taux d'innovation des entreprises industrielles régionales de petite

taille. La position sur un marché international prime en effet uniquement pour les plus grandes entreprises (69 % et 80 % pour respectivement celles comptant de 20 à moins de 50 salariés et celles ayant 50 salariés ou plus), les plus petites innovant pour seulement 44 % d'entre elles, soit moins qu'en moyenne générale.

Proportion d'entreprises innovantes entre 2006 et 2008 selon le type de marché

	Haute-Normandie	France
Essentiellement local	33	41
Essentiellement national	59	59
Essentiellement international	71	71

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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

...ou appartenant à un groupe ou à un pôle de compétitivité

Les liens inter-entreprises peuvent être des facteurs d'initiative ou d'émulation pour initier des projets nouveaux d'innovation, dans le cadre d'une stratégie commune ou de ressources partagées. En Haute-Normandie comme dans le reste de la France, l'appartenance à un groupe ou à un réseau d'enseigne constitue en effet un facteur favorable de ce point de vue : 61 % des entreprises dans ce cas innovent, contre 39 % pour les autres.

De la même façon, l'appartenance à un pôle de compétitivité ressort comme un critère lié positivement au taux d'innovation (73 % contre 46 % pour les entreprises n'appartenant à aucun pôle). Les pôles de compétitivité s'apparentent en effet à des " clusters orientés R&D ", visant à créer des synergies autour de projets innovants et à développer une stratégie de réseau entre les entreprises, l'enseignement supérieur et la recherche.

Mais le taux relativement élevé observé dans les pôles de compétitivité peut être interprété dans une logique différente : la proportion d'entreprises appartenant à un pôle, sans aucune démarche d'innovation (un quart), peut être jugée trop élevée au regard de la raison d'être de ce dispositif. Sans doute s'explique-t-elle par une forte part d'adhésions récentes (l'enquête porte sur les années 2006 à 2008) ne s'étant pas encore traduites à court terme dans la participation à un projet innovant du pôle.

Proportion d'entreprises innovantes entre 2006 et 2008 selon l'appartenance à un groupe ou à un réseau d'enseigne

	Haute-Normandie	France
Parmi celles appartenant à un groupe ou à un réseau d'enseigne	61	65
Parmi celles n'appartenant ni à un groupe, ni à un réseau d'enseigne	39	44

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
Source : Insee - enquête CIS2008 Unité : %

Des comportements d'innovation variables selon les secteurs

Dans le champ des PMI, les secteurs d'activité qui présentent les meilleurs taux d'innovation (environ deux entreprises sur trois) sont l'industrie chimique ainsi que la fabrication informatique, électronique, optique et d'équipements électriques. Viennent ensuite, avec un taux d'innovation de l'ordre de 50 %, la fabrication de machines, équipements et matériels de transport, la fabrication de produits en caoutchouc et en plastique et d'autres produits minéraux non métalliques, l'imprimerie et les industries agro-alimentaires. Les taux d'innovation les moins élevés concernent les secteurs de la métallurgie, de la réparation et installation de machines et d'équipements et des industries textiles de l'habillement, du cuir et de la chaussure.

Pour la plupart des secteurs, les taux d'innovation sont un peu en retrait de la moyenne nationale, le secteur de l'imprimerie faisant toutefois exception.

Le lien entre la propension à innover et le positionnement sur des marchés de grande échelle s'établit dans les secteurs d'activité les plus innovants. En effet, dans la chimie haut-normande, les comportements d'innovation sont particulièrement importants lorsque l'entreprise est présente sur un marché international : le taux d'innovation atteint alors 90 % (contre 68 % au niveau national). Dans le secteur de la fabrication informatique, électronique, optique et d'équipements électriques, 76 % couvrant un marché national sont innovantes. L'innovation est de même fortement présente dans la fabrication de machines, équipements et matériels de transport si le marché

de l'entreprise est au moins national (80 % à l'international et 68 % sur le national). Il en est de même pour les industries agro-alimentaires (87 % et 72 %) ; malgré cela, le taux d'innovation dans ce secteur dépasse à peine la moyenne régionale en raison d'une forte part d'entreprises de petite taille (10 à moins de 20 salariés) faiblement enclines à innover (moins d'un tiers d'entre elles).

Proportion d'entreprises innovantes entre 2006 et 2008 suivant les principaux secteurs d'activité

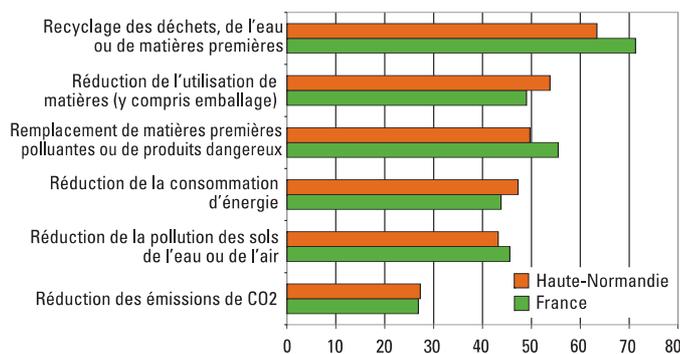
	Haute-Normandie	France
Industrie chimique	68	74
Fabrication informatique, électronique, optique, et d'équipements électriques	63	63
Fabrication de machines, équipements et matériels de transport	56	61
Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique ainsi que d'autres produits minéraux non métalliques	50	61
Travail du bois, industries du papier et imprimerie	49	46
Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac	47	46
Métallurgie et fabrication de produits métalliques à l'exception des machines et des équipements	45	48
Fabrication de textiles, industries de l'habillement, industrie du cuir et de la chaussure	40	47
Réparation et installation de machines et d'équipements	30	39

Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés)
Source : Insee - enquête CIS2008 Unité : %

Des entreprises innovantes avec une préoccupation environnementale au premier plan

Les enjeux environnementaux sont particulièrement importants pour la Haute-Normandie, notamment pour son industrie. Cette préoccupation se retrouve dans les comportements d'innovation des PMI régionales. Celles-ci introduisent davantage qu'ailleurs la dimension environnementale dans leur processus d'innovation : 73 % d'entre elles contre 60 % au niveau national. Cette tendance générale se vérifie même pour la quasi-totalité des secteurs d'activité.

Part des entreprises mettant en œuvre de l'innovation environnementale avec bénéfices générés lors du processus de production selon le bénéfice

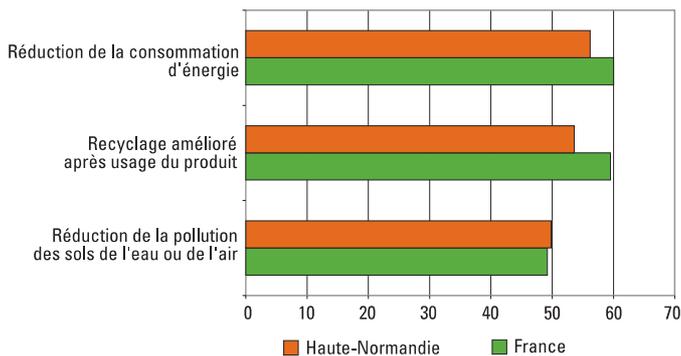


Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) mettant en œuvre de l'innovation environnementale avec bénéfices environnementaux lors du processus de production

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Part des entreprises mettant en œuvre de l'innovation environnementale avec bénéfices générés lors de l'utilisation par le consommateur selon le bénéfice



Champ : ensemble des PMI mono ou quasi-monorégionales (de 10 à 249 salariés) mettant en œuvre de l'innovation environnementale avec bénéfices environnementaux lors de l'utilisation du consommateur

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

La mise en œuvre de l'innovation environnementale se réalise avec des bénéfices environnementaux qui touchent à 70 % le processus de production. Pour une grande majorité de ces entreprises innovantes, une priorité est affichée pour le recyclage des déchets, de l'eau ou de matières premières (63 %), la réduction de l'utilisation de matières, y compris emballage (54 %) et le remplacement de matières premières polluantes ou de produits dangereux (50 %).

Les bénéfices environnementaux lors de l'utilisation par le consommateur sont comme ailleurs moins observés (un cas sur deux environ), les réductions de consommation d'énergie étant l'apport le plus fréquent.

Ces innovations environnementales ont été introduites par les entreprises surtout en réponse aux réglementations ou taxes environnementales existantes (44 %) ou à venir (22 %), mais aussi pour une réduction des coûts (38 %). Elles ont également été réalisées pour se conformer au code de bonnes pratiques du secteur d'activité (31 %) ou à la demande des clients de l'entreprise (27 %). Les subventions ou incitations gouvernementales ont joué un rôle beaucoup plus faible (7 %) mais celles-ci ne s'appliquent pas quand il s'agit de mise aux normes.

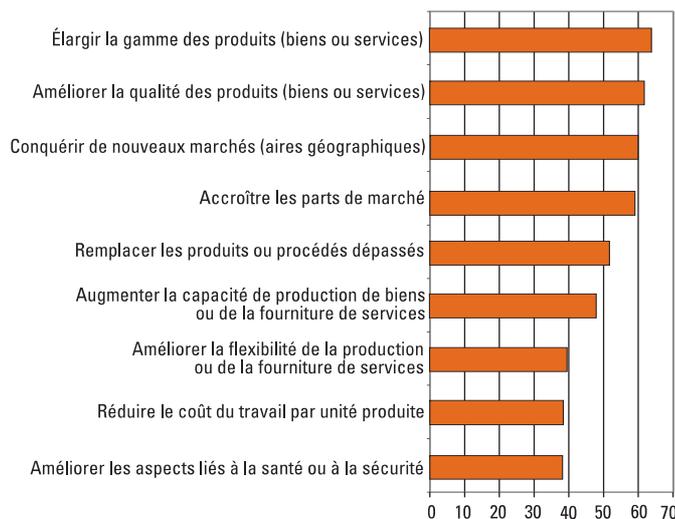
Par ailleurs, la proportion d'entreprises, innovantes ou non, ayant instauré des procédures pour mesurer leur impact sur l'environnement est plus élevée en Haute-Normandie qu'au niveau national (21 % contre 12 % en moyenne nationale).

Innover d'abord pour accroître son marché en améliorant ses produits

La décision d'innovation est principalement fondée sur la recherche d'un meilleur positionnement de l'entreprise sur son marché. Pour près de deux PMI innovantes sur trois, l'extension de la gamme de produits et l'amélioration de la qualité des produits existants sont affichées comme des motivations fortes. La réduction des coûts et la flexibilité de la production, objectifs plutôt liés aux innovations de procédé, voire d'organisation, sont également des motivations exprimées par les entreprises innovantes, mais dans des proportions moindres.

Pour les entreprises positionnées sur le marché international, les motivations sont plus fortement exprimées. En particulier, les objectifs d'accroissement de part de marché et d'élargissement de la gamme des produits sont encore plus affichés (76 % et 72 % d'entre elles respectivement). Celui de la conquête de nouveaux marchés géographiques est aussi fortement relevé (69 %) et davantage que dans les entreprises dont le marché est national et même local (58 % et 56 % respectivement). Parmi ces dernières, les motivations sont d'abord l'amélioration de la qualité des produits (71 %) et l'augmentation de la capacité de production (62 %).

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



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

Source : Insee - enquête CIS2008

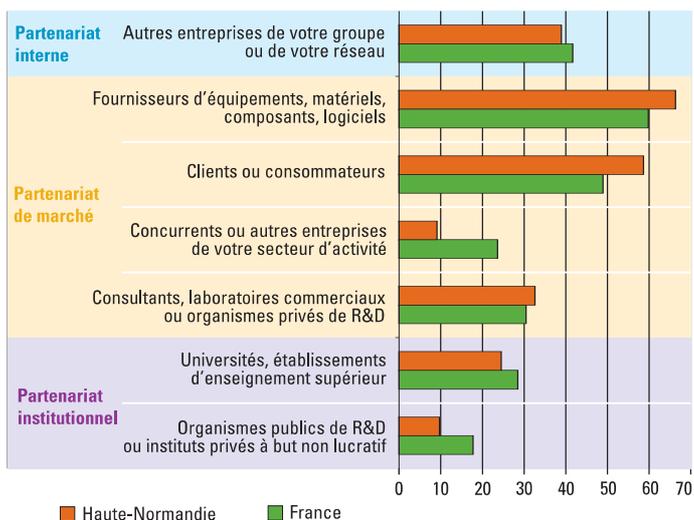
Unité : %

Coopérer pour innover

Comme en moyenne nationale, un peu plus de 4 entreprises sur 10 réalisent leur programme d'innovation technologique (produit ou procédé) dans le cadre d'une coopération. Cette coopération a presque toujours lieu avec des " partenaires de marché " (plus de 9 fois sur 10) : fournisseurs, clients ou consommateurs, concurrents ou autres entreprises du secteur d'activité, consultants, laboratoires ou organismes privés de R&D. Le partenariat peut aussi être mené de façon plus interne, avec d'autres entreprises du groupe ou du réseau d'enseigne (39 %). Les partenaires sont parfois aussi des structures institutionnelles (universités, établissements d'enseignement supérieur, organismes publics de R&D) ; ils sont présents dans une coopération sur quatre environ, un peu moins qu'en moyenne nationale.

Les PMI haut-normandes ont tendance à nouer des coopérations avec des partenaires plus éloignés qu'en tendance nationale. Les collaborations au sein de la région sont moins fréquentes (41 % contre 56 % en moyenne nationale) tandis que les partenariats au niveau national (80 % contre 73 %) et international (48 % contre 39 %) sont plus développés.

Coopération des entreprises pour leurs activités d'innovation technologique selon le partenaire



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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Presque la moitié des coopérations en interne est réalisée au sein de la région, la proportion est encore plus forte lorsque le partenariat est noué avec une structure institutionnelle.

Les sources d'information utilisées pour l'innovation sont diverses. Quelles que soient les régions, les ressources internes (en particulier au sein du groupe) sont privilégiées. C'est le cas pour plus d'une PMI sur deux en Haute-Normandie. Les sources externes constituent également un apport significatif pour les entreprises innovantes. Celles émanant du " marché ", notamment des fournisseurs, clients ou consommateurs, sont les plus fréquemment utilisées (38 %). Le recours aux informations provenant des conférences ou expositions contribue également à l'innovation. En revanche, les organismes institutionnels (universités, établissements d'enseignement supérieur, organismes publics de recherche et développement, ...) représentent une part minime (2 %) des sources d'information déclarées par les entreprises pour leurs démarches d'innovation.

Des moyens mis en œuvre d'abord en interne

Pour s'engager dans un processus d'innovation technologique, les entreprises procèdent pour les deux-tiers d'entre elles à de la R&D en interne et pour plus de la moitié à de l'acquisition de machines, équipements ou logiciels, ou à un recours à de la formation. La mise en œuvre de R&D externe et l'acquisition de connaissances externes sont nettement moins fréquentes, en particulier dans la région.

Pour financer leurs dépenses d'innovation, les PMI haut-normandes ont principalement recours à des ressources internes (87 % d'entre elles). Cet autofinancement couvre 80 % des dépenses d'innovation. Les établissements financiers, principales sources de financement externe, ne sont mobilisés qu'une fois sur cinq et assurent 13 % du montant des dépenses d'innovation.

Proportion d'entreprises innovantes (concept réduit) selon la nature de l'investissement

	Haute-Normandie	France
R&D interne	67	67
R&D externe	17	22
Acquisition de machines, équipements ou logiciels	54	55
Acquisition d'autres connaissances externes	10	15
Recours à de la formation	51	52
Mise sur le marché de biens ou services innovants	25	31
Autres activités d'innovation	37	39

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

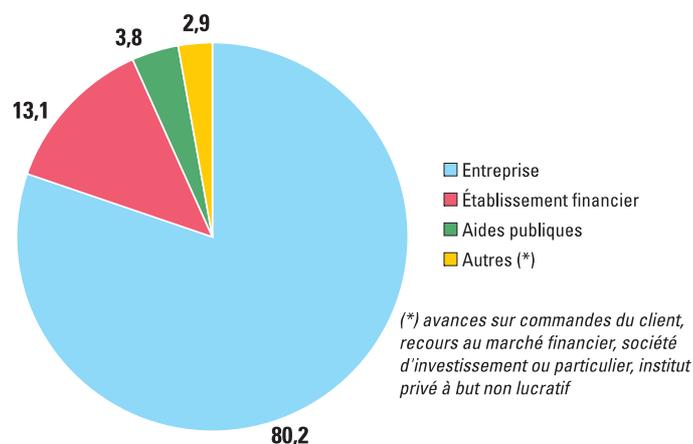
Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

Le recours aux aides publiques reste très minoritaire

Toujours en matière d'innovation technologique, les entreprises font également appel à des financements publics. En Haute-Normandie, 15 % des PMI industrielles ont eu recours à ces aides publiques, celles-ci couvrant 4 % des dépenses engagées pour l'innovation.

Part des dépenses d'innovation (concept réduit) suivant le contributeur



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

Source : Insee - enquête CIS2008

Unité : %

La mobilisation des financements publics est moins fréquente qu'en moyenne nationale (23 % des entreprises innovantes). Ce moindre recours s'observe à chaque niveau institutionnel (local, régional, national, européen) ainsi que dans l'allocation du Crédit Impôt Recherche (à peine une entreprise innovante sur 10). Cela étant, toutes les formes d'innovation ne peuvent pas être concernées par une aide publique, en particulier les innovations pour mise aux normes environnementales ou de sécurité. Il faut aussi rappeler que l'enquête porte sur les années 2006 à 2008 et que les aides publiques sont montées en charge depuis cette période.

MÉTHODOLOGIE

Cette publication est basée sur l'exploitation des résultats de l'enquête communautaire sur l'innovation réalisée en 2009 et enrichie par des sources complémentaires.

L'enquête communautaire sur l'innovation, appelée CIS (Community Innovation Survey) est le 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 est régie par un cadre européen (2). Pour l'édition 2008, sixième occurrence de cette enquête, une des principales initiatives relatives au programme statistique communautaire 2008-2012 est de mettre intégralement en œuvre le manuel d'Oslo 2005 de l'OCDE(3) et ainsi de prendre appui sur des définitions harmonisées au niveau international.

L'édition 2008, appelée CIS 2008, porte sur l'innovation, au cours de la période 2006-2008, des entreprises des secteurs marchands non agricoles de 10 salariés ou plus. Pour la France, cette édition est la première occurrence bénéficiant d'extensions régionales venant compléter le dispositif national, permettant ainsi de disposer de données robustes à des échelons régionaux. La Haute-Normandie fait partie des sept régions concernées par ces extensions, avec la Corse, la Franche-Comté, l'Île-de-France, le Nord-Pas-de-Calais, les Pays de la Loire et Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Le champ d'exploitation des extensions est constitué des entreprises mono ou quasi-monorégionales de 10 à moins de 250 salariés, et, selon les régions, des secteurs de l'industrie, des services technologiques, des services intellectuels, du transport ou du commerce de gros. Pour la Haute-Normandie, le champ est constitué des secteurs de l'industrie manufacturière.

(2) Règlement (CE) n°1450/2004 de la Commission du 13 août 2004 mettant en œuvre la décision n°1608/2003/CE du Parlement européen et du Conseil relative à la production et au développement de statistiques communautaires d'innovation.

(3) Organisation de Coopération et de Développement Économiques

BIBLIOGRAPHIE

- ❑ *Les sociétés innovantes de 10 salariés ou plus : quatre sur dix entre 2006 et 2008 / Insee, division Industrie et études transversales ; Anthony Bouvier. - In : Insee Première. - N°1314 (2010, oct.) ; 4 p.*
- ❑ *Recherche et développement en Haute-Normandie : un secteur privé fortement présent, une recherche publique peu développée / Insee Haute-Normandie ; Michaël Lévi-Valensin. - In : Aval : lettre statistique et économique de Haute-Normandie. - N°54 (2006, avr.). - p. 1-5*
- ❑ *L'innovation en Haute-Normandie : près de 15 000 emplois R&D en 1999 / Insee Haute-Normandie ; Éric Déon. - In : Aval : lettre statistique et économique de Haute-Normandie. - N°26 (2003, juin). - p. 6-7*
- ❑ *Guide méthodologique : méthode de diagnostic du système d'innovation dans les régions françaises / Agence pour la diffusion de l'information technologique ; Jean-Claude Prager. - Paris : Direction générale des entreprises, 2008. - 125 p.*
- ❑ *Indicateurs régionaux de la recherche et de l'innovation / Direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance. - In : Document de travail. - (2009, janv.) ; 111 p.*
- ❑ *Innovation et compétitivité des régions / Thierry Madiès, Jean-Claude Prager. - Documentation française, 2008. - 393 p. - (Rapports du Conseil d'analyse économique ; 77)*
- ❑ *Créativité et innovation dans les territoires / Michel Godet, Philippe Durance et Marc Mousli. - Documentation française, 2010. - 465 p. - (Rapports du Conseil d'analyse économique ; 92).*
- ❑ *Les entreprises de taille intermédiaire : un potentiel d'innovation à développer ? / Centre d'analyse stratégique ; Estelle Dhont-Peltraut. - In : la Note de veille - N°131 (2009, avr.) ; 11 p.*
- ❑ *Tableau de bord de l'innovation : 21e édition [Ressource électronique] / Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services. - Publication annuelle*
- ❑ *R&D, le potentiel des entreprises de taille intermédiaire [Ressource électronique] / Ministère de l'enseignement et de la recherche, Direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance ; Estelle Dhont-Peltraut, Etienne Pfister. - In : Note d'information. - N°09.27 (2009, déc.)*

Insee Haute-Normandie
Directeur régional : Alain MALMARTEL
8, quai de la Bourse
76037 ROUEN cedex 1
Tél : 02 35 52 49 11
Télécopie : 02 35 15 06 32
Internet : www.insee.fr
Accueil téléphonique : 09 72 72 4000
du lundi au vendredi, de 8h à 17h
(prix d'un appel local)

Directe de Haute-Normandie
Pôle "Entreprises, Emploi, Economie"
Directeur régional adjoint : Bernard LEMOINE
21, avenue de la Porte des Champs
76037 ROUEN cedex
Tél : 02 35 52 32 00

Insee Haute-Normandie
Directeur de la publication : Alain MALMARTEL
Rédacteurs : Bruno BLAZEVIC, Jérôme FOLLIN
Rédactrice en chef : Dominique CHANET
Mise en page : Françoise LEROND

ISSN : 0762-2538
ISBN : 978-2-11-069456-0
© INSEE 2010
Dépot légal : novembre 2010
Code SAGE : CAVA8968
Imprimerie IROPA
76100 Rouen

Prix : 6 €