Insee Première

N° 1635

Février 2017

L'information-communication et l'industrie sont les secteurs les plus innovants entre 2012 et 2014

Entre 2012 et 2014, 48 % des sociétés de 10 salariés ou plus ont innové dans les secteurs marchands non agricoles. Elles ont été plus nombreuses à innover en marketing ou en organisation (38 %) qu'en produits ou en procédés (31 %). Une société sur huit a introduit des produits nouveaux qui n'existaient pas sur le marché.

Les sociétés de l'information-communication sont particulièrement innovantes (71 %) ainsi que celles de l'industrie (59 %). La propension à innover augmente avec la taille des sociétés et l'appartenance à un groupe. Par ailleurs, les sociétés exportatrices sont plus innovantes que les autres.

Plus d'un tiers des sociétés qui innovent en produits ou en procédés bénéficient d'un soutien financier public, principalement du crédit d'impôt recherche et d'autres exonérations fiscales ou sociales.

Près de la moitié des sociétés innovantes dégage des bénéfices environnementaux, au niveau de l'entreprise ou de l'utilisateur final.

Plus de 90 % des sociétés qui n'ont pas innové entre 2012 et 2014 n'en avaient pas la nécessité. Certaines ont aussi été freinées par une demande incertaine ou un obstacle financier.

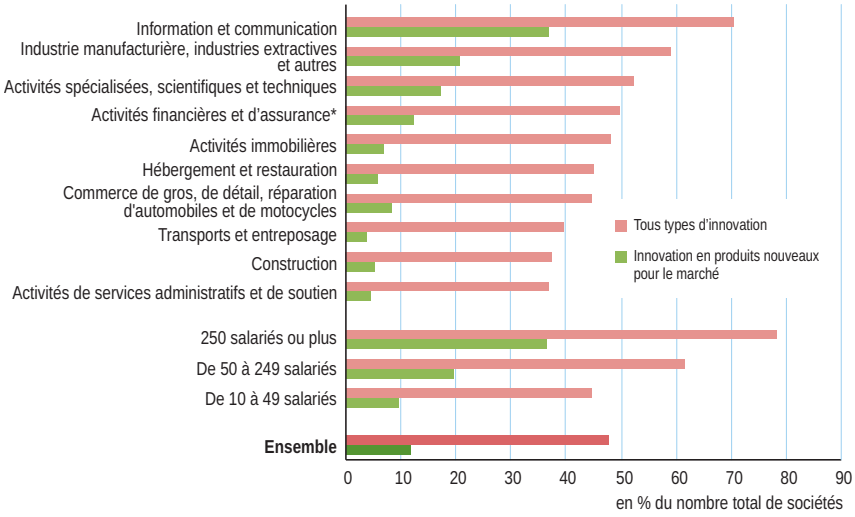
Sur un champ comparable, commun aux enquêtes de 2012 et 2014, la part des sociétés innovantes a augmenté. Cette hausse est tirée par les innovations technologiques.

Élise Clément et Nicoleta Petricã, division Enquêtes thématiques et études transversales, Insee

Parmi les sociétés des secteurs marchands non agricoles implantées en France, 48 % de celles de 10 salariés ou plus ont innové entre 2012 et 2014 *(figure 1)*. L'innovation est entendue ici au sens large *(définitions)* : elle inclut les innovations technologiques *(définitions)*, qui permettent d'introduire ou d'améliorer des produits ou des procédés de production, ainsi que les innovations non technologiques *(définitions)*, qui concernent les modes d'organisation ou les stratégies de vente.

Entre 2012 et 2014, les innovations non technologiques sont les plus fréquentes : 38 % des sociétés les ont pratiquées *(figure 2)*. L'innovation en organisation est le fait de 30 % des sociétés ; celles-ci agissent principalement sur leurs méthodes de travail et de prise de décision, mais aussi sur l'amélioration des processus et les relations externes. L'innovation en marketing concerne, quant à elle, 23 % des

1 Les sociétés innovantes entre 2012 et 2014



* Y compris les holdings financières.

Lecture : 48 % de l'ensemble des sociétés ont innové entre 2012 et 2014. 12 % des sociétés ont développé des produits nouveaux sur le marché.

Champ : sociétés actives de 10 salariés ou plus implantées en France, divisions 05 à 81 de la NAF rév. 2 sauf 75.

Source : Insee, enquête Innovation (CIS) 2014.

Insee

2 Proportion de sociétés innovantes entre 2012 et 2014

en % du nombre total de sociétés

	Tous types d'innovation	Innovation technologique			Innovation non technologique		
		Ensemble	*Produits (nouveaux ou non)*	*Procédés*	Ensemble	*Organisation*	*Marketing*
Ensemble	**48**	**31**	***19***	***21***	**38**	***30***	***23***
De 10 à 49 salariés	45	27	*16*	*18*	35	*28*	*21*
De 50 à 249 salariés	62	43	*31*	*29*	49	*40*	*30*
250 salariés ou plus	78	64	*50*	*47*	64	*54*	*42*
Industrie manufacturière, industries extractives et autres	59	47	*30*	*32*	42	*35*	*24*
Construction	38	20	*8*	*13*	30	*25*	*14*
Commerce de gros, de détail, réparation d'automobiles et de motocycles	45	24	*14*	*16*	38	*27*	*27*
Transports et entreposage	40	22	*11*	*16*	33	*29*	*14*
Hébergement et restauration	45	23	*13*	*17*	39	*25*	*32*
Information et communication	71	60	*50*	*37*	52	*42*	*37*
Activités financières et d'assurance*	50	31	*23*	*24*	45	*38*	*29*
Activités immobilières	48	20	*15*	*13*	44	*40*	*25*
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	52	36	*25*	*23*	40	*34*	*22*
Activités de services administratifs et de soutien	37	21	*11*	*15*	31	*26*	*20*

* Y compris les holdings financières.
Note : les innovations technologiques incluent les innovations en produits, en procédés ainsi que les activités d'innovation en cours ou abandonnées.
Lecture : entre 2012 et 2014, 48 % des sociétés étaient innovantes au sens large. 19 % des sociétés étaient innovantes en produits et 21 % en procédés. Une même société peut combiner des innovations de plusieurs types.
Champ : sociétés actives de 10 salariés ou plus implantées en France, divisions 05 à 81 de la NAF rév. 2 sauf 75.
Source : Insee, enquête Innovation (CIS) 2014.

sociétés. Elle touche aux modes de promotion et aux stratégies de tarification et, dans une moindre mesure, aux méthodes de vente ou de distribution des produits, à leur *design* ou à leur emballage.
Les innovations technologiques constituent le cœur de l'innovation, étant le plus directement liées à la production. De 2012 à 2014, 31 % des sociétés ont innové dans ce domaine, en procédés et/ou en produits, que ceux-ci soient déjà proposés ou non sur le marché. 19 % des sociétés ont innové en produits, qu'il s'agisse de l'élargissement seul de leur gamme de biens (37 % des cas), de celui seul de leur gamme de services (33 %), ou des deux (30 %). L'introduction d'un produit nouveau sur le marché est le fait de 12 % des sociétés. L'innovation en procédés concerne 21 % des sociétés. Celles-ci s'attachent alors le plus souvent à leurs procédés de fabrication ou de production, loin devant leurs activités de soutien ou de support.

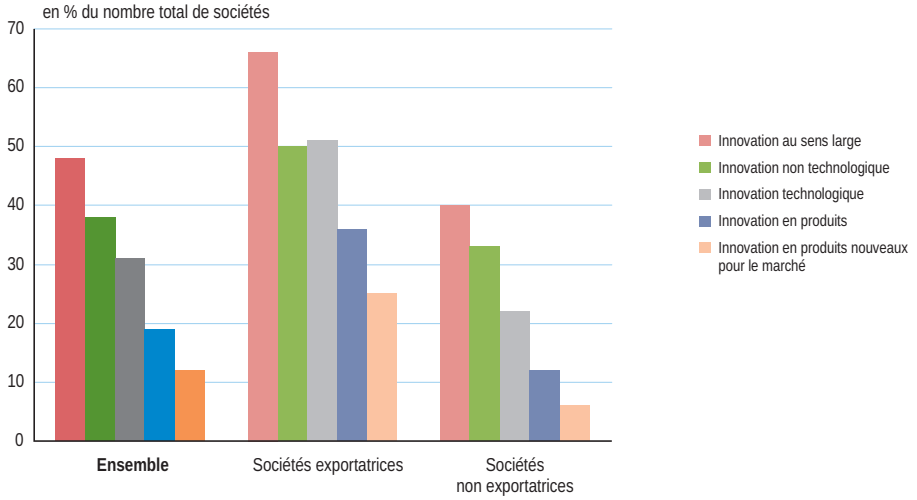
L'information-communication et l'industrie sont les secteurs les plus innovants

C'est dans l'information-communication et l'industrie que la propension à innover est la plus grande : respectivement 71 % et 59 % des sociétés de ces secteurs ont innové entre 2012 et 2014. Ces deux secteurs sont les plus actifs en matière d'innovations technologiques, notamment pour introduire des produits nouveaux sur le marché. De plus, l'information-communication est aussi l'activité la plus innovante en marketing ou en organisation. À l'inverse, les transports et entreposage, la construction et les activités de services administratifs et de soutien sont les secteurs les moins innovants, que ce soit d'un point de vue technologique ou non.
La propension à innover s'accroît aussi avec la taille des sociétés : 45 % des sociétés de 10 à 49 salariés sont innovantes, contre respectivement 62 % pour celles de 50 à 249 salariés et 78 % de celles de 250 salariés ou plus.

Les sociétés exportatrices ou filiales de groupe sont plus innovantes

Les sociétés exportatrices sont plus innovantes que les autres. Ainsi, 66 % d'entre elles ont innové entre 2012 et 2014, contre 40 % de leurs homologues dont le marché est national *(figure 3)*. De même, 25 % des sociétés exportatrices ont introduit des produits nouveaux sur le marché, contre 6 % des autres.
L'appartenance d'une société à un groupe est également associée à une plus forte propension à innover ; près de 54 % des sociétés adossées à un groupe ont innové entre 2012 et 2014, contre 43 % des sociétés indépendantes. Pour ces dernières, de surcroît souvent plus petites, l'adaptation au marché international concurrentiel est en effet plus difficile.
Une analyse « toutes choses égales par ailleurs » *(définitions)* conforte ce constat : à secteur et taille identiques, qu'elles appartiennent à un groupe ou non, les sociétés exportatrices innovent 2,3 fois plus souvent que les autres *(figure 4)*. De même, les sociétés appartenant à un groupe ont 1,3 fois plus de chances d'être innovantes que les indépendantes. Cette analyse confirme aussi que le secteur d'activité et la taille sont des déterminants majeurs de la propension à innover.

3 Les sociétés exportatrices sont plus innovantes que les autres



Lecture : 66 % des sociétés exportatrices ont innové au sens large, contre seulement 40 % des sociétés non exportatrices.
Champ : sociétés actives de 10 salariés ou plus implantées en France, divisions 05 à 81 de la NAF rév. 2 sauf 75.
Source : Insee, enquête Innovation (CIS) 2014.

Plus d'une société technologiquement innovante sur trois bénéficie d'un soutien financier public

Parmi les sociétés ayant eu une activité d'innovation technologique *(définitions)* sur la période 2012-2014, 37 % ont reçu un soutien financier public pour la mener *(figure 5)*. Les dispositifs les plus répandus sont le crédit d'impôt recherche (CIR ; *définitions*) et d'autres exonérations fiscales ou sociales. Ils sont obtenus par 29 % des sociétés innovantes technologiquement. Dans l'information-communication et dans l'industrie, respectivement 59 % et 42 % des sociétés innovantes technologiquement en ont bénéficié contre respectivement 5 %, 6 % et 7 % de celles de l'hébergement-restauration, des activités immobilières et des transports et entreposage. Les subventions, prêts ou avances bénéficient à 19 % de sociétés innovantes technologiquement. Ce soutien financier public provient principalement des collectivités locales ou d'organismes nationaux (10 % et 13 % respectivement) ou de l'Union européenne dans une moindre mesure (5 %).

Près d'une société sur trois coopère pour innover en produits ou procédés

Sur la période 2012 à 2014, pour innover technologiquement, 30 % des sociétés ont développé des actions de coopération. Il s'agit le plus souvent de coopérations avec les fournisseurs et les entreprises appartenant au même groupe (respectivement 17 % et 16 % des partenariats). D'autres échanges impliquent le monde de la recherche : pour innover, 9 % des sociétés coopèrent avec des universités et 7 % avec des organismes de recherche.

Ce sont les sociétés exerçant des activités financières et d'assurance qui coopèrent le plus souvent pour innover technologiquement : 52 % des sociétés de ce secteur agissent ainsi. Cette proportion est moins forte dans l'industrie, l'information-communication ainsi que dans les activités spécialisées scientifiques et techniques (36 %, 36 % et 39 %).

Ces partenariats sont très souvent nationaux. Conclure des accords de coopération avec l'étranger est surtout le fait des plus grandes sociétés. Ainsi, 35 % des sociétés technologiquement innovantes de 250 salariés ou plus coopèrent avec des sociétés implantées à l'étranger, alors qu'elles ne sont que 7 % parmi les moins de 50 salariés.

Neuf sociétés non innovantes sur dix n'ont aucune nécessité en la matière

Parmi les sociétés marchandes non agricoles de 10 salariés ou plus, 52 % n'ont pas innové entre 2012 et 2014. La plupart d'entre elles (93 %) n'en ont pas eu la nécessité, notamment quand le marché de l'entreprise suscite peu de besoin d'innovation. Les autres,

4 Principaux déterminants de la propension à innover entre 2012 et 2014

Variable	*Odds ratio*
Secteur d'activité	
Industrie manufacturière, industries extractives et autres	1,9
Construction	1,3
Commerce de gros, de détail, réparation d'automobiles et de motocycles	1,2
Transports et entreposage	Réf.
Hébergement et restauration	1,5
Information et communication	3,0
Activités financières et d'assurance*	1,4
Activités immobilières	1,7
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	1,7
Activités de services administratifs et de soutien	1,1
Tranche de taille de l'entreprise	
De 10 à 49 salariés	Réf
De 50 à 249 salariés	1,6
250 salariés ou plus	3,1
Appartenance à un groupe	
Société appartenant à un groupe	1,3
Société indépendante	Réf.
Société exportatrice ou non	
Exportatrice	2,3
Non exportatrice	Réf.

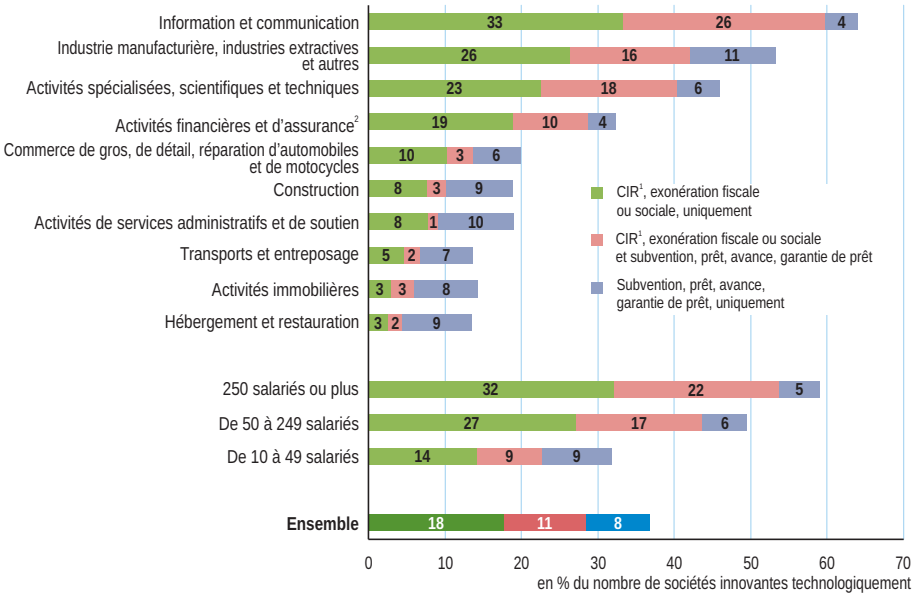
* Y compris les holdings financières.

Lecture : l'*odds ratio* (ou rapport des cotes) de la propension à innover d'une société de l'industrie par rapport à une société des transports et entreposage vaut 1,9. Cela signifie que, toutes choses égales par ailleurs, la probabilité d'innover relativement à celle de ne pas innover est 1,9 fois plus forte dans l'industrie que dans les transports et entreposage. La cote c d'un événement est égale au rapport de sa probabilité p sur la probabilité de l'événement opposé : c = p / (1 – p). Ce calcul permet de déterminer les effets propres de chaque caractéristique par rapport aux caractéristiques de référence (Réf).

Champ : sociétés actives de 10 salariés ou plus implantées en France, divisions 05 à 81 de la NAF rév. 2 sauf 75.

Source : Insee, enquête Innovation (CIS) 2014.

5 Soutien financier public pour les activités d'innovation entre 2012 et 2014



1. Crédit d'impôt recherche.
2. Y compris les holdings financières.

Lecture : 37 % des sociétés technologiquement innovantes ont bénéficié d'un financement public quel qu'il soit. Elles sont 29 % à avoir bénéficié du CIR ou d'une exonération fiscale ou sociale (18+11). Elles sont 19 % à avoir bénéficié d'une subvention, d'un prêt ou d'une avance ou garantie de prêt (8+11).

Champ : sociétés actives de 10 salariés ou plus implantées en France, divisions 05 à 81 de la NAF rév. 2 sauf 75.

Source : Insee, enquête Innovation (CIS) 2014.

Encadré 1 Forte hausse des innovations technologiques entre 2010-2012 et 2012-2014

Sur un champ comparable, commun aux enquêtes de 2012 et 2014 *(sources)*, la part des sociétés innovantes a augmenté de 53 % à 57 % entre les périodes 2010-2012 et 2012-2014. Cette hausse est particulièrement marquée sur les innovations technologiques ; la part des sociétés innovantes en produits ou procédés s'accroît de 4 points, évoluant de 37 % à 41 %. La progression associée aux innovations non technologiques est plus modérée, passant de 42 % à 43 %.

La part des sociétés innovantes au sens large a augmenté dans l'ensemble des secteurs communs aux enquêtes de 2012 et 2014. Les plus fortes hausses atteignent 7 points dans les activités financières et d'assurance et près de 4 points dans l'industrie, le commerce de gros et les transports et entreposage. C'est dans l'information-communication et les activités spécialisées, scientifiques et techniques que la croissance est la moins marquée (respectivement 2 points et 1 point).

beaucoup moins nombreuses (7 %), ont envisagé d'innover, mais y ont renoncé en raison d'obstacles jugés trop importants, en particulier, l'incertitude de la demande et le manque de moyens financiers, interne ou externe. Ce dernier frein à l'innovation est surtout évoqué par les sociétés de plus petite taille et non intégrées dans un groupe ou un réseau. ■

Sources

Les résultats proviennent de **l'enquête communautaire sur l'innovation** (*Community Innovation Survey*, CIS 2014) réalisée entre juin et décembre 2015, à la demande de l'Union européenne, par tous les pays membres. Elle porte sur la **période 2012-2014** et couvre le champ des sociétés (y compris entreprises individuelles) actives de 10 salariés ou plus implantées en France.

Les unités interrogées et qui ont répondu pour elles-mêmes sont les unités légales, ce qui correspond à la définition « juridique » de l'entreprise et non à la définition « économique » de la loi de modernisation de l'économie (LME). C'est pourquoi ces résultats sont présentés en utilisant l'appellation « société » plutôt que celle d' « entreprise ».

En France, le questionnaire de l'enquête CIS 2014 a été envoyé par voie électronique ou postale à un échantillon d'environ 23 000 sociétés.

Les secteurs interrogés correspondent à l'industrie (sections B à E de la nomenclature NAF rév. 2), à la construction, aux commerces de gros et de détail, aux transports et entreposage, à l'hébergement-restauration, à l'information-communication et aux activités financières et d'assurance, aux activités immobilières, aux activités spécialisées, scientifiques et techniques (divisions 69 à 74) ainsi qu'aux activités de services administratifs et de soutien (divisions 77 à 81).

Le champ de l'enquête a été étendu en 2014 par rapport à l'enquête précédente (CIS 2012). Sont ajoutés la construction, le commerce de détail, le commerce et la réparation d'automobiles, l'hébergement-restauration, les holdings financières, les activités immobilières, les activités juridiques et comptables et toutes les activités de services administratifs et de soutien. Pour comparer les deux enquêtes, il convient de se restreindre au champ de 2012, car il est commun aux deux interrogations.

L'imprécision due au sondage est de l'ordre de 0,8 point sur les pourcentages portant sur l'ensemble des sociétés, elle peut atteindre 2 points sur ceux relatifs à des sous-populations (taux d'innovation par secteur ou tranche d'effectif par exemple). En revanche, le calcul de cette imprécision ne peut pas prendre en compte le caractère parfois subjectif de la définition de l'innovation qui n'est pas mesurable.

Encadré 2 **Près de la moitié des sociétés innovantes génère des bénéfices environnementaux**

Pour 45 % des sociétés innovantes entre 2012 et 2014, l'innovation a généré un bénéfice environnemental : elle a réduit, par exemple, l'utilisation d'énergie, d'eau, de matière ou d'émission de CO2 par unité produite, ou encore amélioré les processus de recyclage. Ces bénéfices ont été réalisés aussi bien au sein de l'entreprise qu'au niveau de l'utilisation ou de la consommation par l'utilisateur final (respectivement 38 % et 28 % des sociétés innovantes).

Les sociétés des transports et entreposage et de l'industrie sont les plus actives dans ce domaine (59 % et 57 % des sociétés innovantes). À l'inverse, c'est le cas de seulement 19 % des sociétés innovantes de l'information- communication.

Dans les transports et entreposage et l'industrie, les bénéfices environnementaux sont principalement internes aux entreprises. Ainsi, pour 83 % des sociétés des transports et entreposage générant de tels bénéfices en innovant, ceux-ci permettent de réduire la consommation d'énergie ou les émissions de CO2 par unité produite. Dans l'industrie, c'est le cas de 48 % d'entre elles ; en effet, elles axent davantage leurs efforts sur le recyclage des déchets et de l'eau et sur l'abaissement de l'utilisation de matières par unité de production (55 % et 51 % d'entre elles).

Dans la construction et l'hébergement-restauration, les bénéfices des innovations environnementales concernent davantage l'utilisation ou la consommation du produit par l'utilisateur final (respectivement 35 % et 34 % des sociétés innovantes au sens large).

Définitions

Une société est **innovante (au sens large)** lorsqu'elle introduit une innovation dans au moins une des quatre catégories d'innovation possibles (produits, procédés, organisation, marketing) ou lorsqu'elle s'engage dans des activités d'innovation en produits ou en procédés. Une société peut combiner plusieurs catégories d'innovation.

L'innovation au sens large se décompose en innovation technologique et innovation non technologique.

L'**innovation technologique** correspond à une innovation ou à des activités d'innovation en produits (biens ou prestations de services) ou en procédés.

L'**innovation non technologique** correspond à une innovation en organisation ou en marketing.

Les **activités d'innovation** n'aboutissent pas nécessairement à une innovation. Elles incluent l'acquisition de machines, d'équipements, de bâtiments, de logiciels et de licences, les travaux d'ingénierie et de développement, le *design* industriel, la formation et le marketing s'ils sont entrepris spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation de produit ou de procédé. Elles incluent également tous types d'activités de recherche et développement.

Analyse « toutes choses égales par ailleurs » : les nombreux facteurs influant sur la propension à innover d'une société ne sont pas indépendants les uns des autres. La régression logistique permet de mesurer l'effet spécifique de chaque facteur sur la propension à innover d'une société, les autres facteurs étant inchangés (« toutes choses égales par ailleurs »). Les effets de chaque facteur sont présentés en écart par rapport à une situation de référence notée « Réf ».

Le **crédit d'impôt recherche (CIR)** est une réduction d'impôt calculée sur les dépenses engagées par les entreprises en recherche et développement, sans restriction de secteur ou de taille.

Bibliographie

- Besnard X., « Les sociétés exportatrices sont plus innovantes que les autres », *Insee Première* n° 1521, octobre 2014.
- Petricã N., « Enquête communautaire sur l'innovation 2014 », *Insee Résultats*, à paraître.

Des figures complémentaires sont disponibles dans le classeur de données en ligne.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : RPV
Impression : Jouve
Code Sage IP171635
ISSN 0997 - 3192

© Insee 2017

- ***Insee Première*** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : www.insee.fr/collections-nationales
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) : http://www.insee.fr/abonnements

Pour vous abonner à ***Insee Première*** et le recevoir par courrier : http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16

Insee
Mesurer pour comprendre