

Les innovations les plus fréquentes sont celles relatives aux modes d'organisation

L'enquête communautaire sur l'innovation (appelée également « enquête CIS », permet de décrire le processus d'innovation au sein des entreprises, d'en mesurer le poids économique, d'évaluer ses effets et d'apprécier ses mécanismes (coopérations, moyens, freins, etc.) en France et en Europe. Elle fournit des informations quantitatives sur la fréquence de l'innovation par nature (en nombre d'entreprises, par secteur, par tranche d'effectifs), sur le montant des dépenses d'innovation, et d'éclairer des aspects spécifiques du processus d'innovation (activités d'innovation menées, existence de coopérations, provenance des financements pour innover, etc.).

L'enquête est biennale et chaque enquête couvre une période de trois ans. CIS 2016 en cours couvre les trois années 2016, 2015 et 2014 auprès d'entreprises marchandes et exploitantes de dix salariés ou plus. L'échantillon comporte de 22 000 à 29 000 entreprises selon l'étendue du champ.

La précédente enquête porte sur les innovations réalisées au sein des entreprises au cours de la période 2010 à 2012, soit leur ajustement dans la crise financière. Environ la moitié des entreprises ont innové. Lorsqu'une société innove, c'est en premier lieu pour maintenir ou augmenter ses parts de marché, notamment en améliorant ses produits. Les sociétés exportatrices innover davantage, en particulier pour créer de nouveaux produits. A noter que si le coût est le premier facteur qui « impacte » les innovations technologiques, ce sont les innovations d'organisation qui restent les plus fréquentes.

Au sens large, l'innovation concerne la création ou l'amélioration de produits (biens ou prestations de services), les procédés de production, les modes d'organisation ou encore les stratégies de vente. Les innovations technologiques (produits ou procédés de production) constituent le cœur de l'innovation. Entre 2008 à 2010, 28 % des sociétés ont élargi leur

gamme des produits. Mais les innovations les plus fréquentes sont celles relatives aux modes d'organisation (35 % des sociétés) : méthodes d'organisation du travail et de prise de décision. Elles sont souvent moins coûteuses à mettre en œuvre que les changements technologiques. Enfin, les innovations en marketing concernent 24 % des sociétés. Elles portent en général sur l'apparence ou les modes de promotion des produits.

Quels sont les secteurs les plus innovants ? L'information et la communication (71% des sociétés), l'industrie (56%), les activités spécialisées, scientifiques et techniques (53%), mais aussi les activités financières et d'assurance (50%). A noter que la proportion de sociétés innovantes augmente avec la taille des sociétés. Enfin, l'innovation permet de se développer à l'export : adaptation à un marché extérieur concurrentiel de plus en plus exigeant, introduction d'un produit nouveau sur le marché... L'incertitude sur la demande et la domination des marchés par des sociétés mieux établies est aussi importante que le coût lui-même des innovations. Pour être innovante, une société doit mobiliser davantage

de compétences. Mais si elle fait parfois appel à des travailleurs indépendants (consultants...), ce sont bien les compétences liées au cœur de métier qui restent le plus fréquemment mobilisées en interne.

Une société est innovante 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. Les activités d'innovation n'aboutissent pas nécessairement à une innovation. Elles incluent l'acquisition de machines, d'équipements, de logiciels et de licences ; les travaux d'ingénierie et de développement, le design industriel, la formation, le marketing et la recherche-développement y sont inclus s'ils sont entrepris spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation en produits ou en procédés. Elles comprennent également les activités de recherche-développement fondamentale (source : Insee, enquête *Innovation*).

L.T.