

L'agroalimentaire innove en faveur de l'environnement

Sur la période 2006-2008, 61 % des entreprises agroalimentaires de dix salariés ou plus ont innové. Deux innovations sur trois ont des effets positifs sur l'environnement, aussi bien au cours du processus de production du produit qu'au moment de son utilisation par le consommateur.

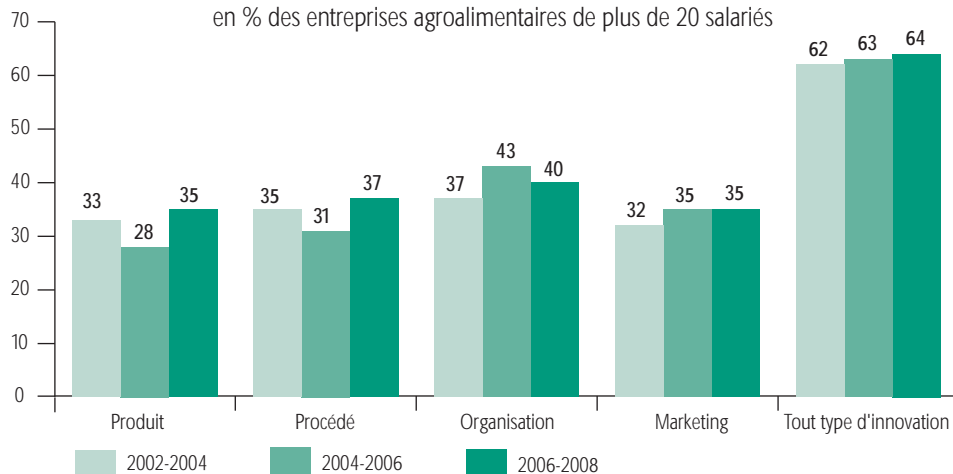
Barquette de purée de fruits surgelés, faux-filet de bœuf micro-ondable, gaufrette de légumes, sont autant de produits dont le point commun est d'être le fruit du processus d'innovation des industries agroalimentaires. En prise directe et constante avec les besoins du consommateur final, les entreprises agroalimentaires s'adaptent continuellement à l'évolution de la demande. Elles innoveront davantage que les autres industries, à la fois sur le contenu et le contenant, afin de réduire les coûts, mais aussi de se différencier. Guidées par un objectif d'efficacité et de mise

aux normes réglementaires, les innovations permettent, dans deux cas sur trois, de réduire l'impact environnemental de l'activité des entreprises agroalimentaires.

Plus d'innovation dans les produits et les procédés

Sur les années 2006-2008, l'innovation d'organisation marque le pas dans les industries agroalimentaires de 20 salariés et plus. 40 % d'entreprises innoveront dans ce domaine contre 43 % sur la période 2004-2006. Un secteur se distingue, celui de la transformation et conservation des fruits et légumes où la moitié (51 %) des entreprises de plus de 10 salariés a mis en place des modes de fonctionnement novateurs. De son côté, avec un taux de 35 % d'entreprises innovantes de 2006 à 2008, l'innovation de marketing ne progresse plus. Mais ce pourcentage reste largement plus élevé que celui des autres industries manufacturières (19 %). Cette particularité de l'innovation agroalimentaire est en effet très répandue dans la fabrication de boissons (48 %) ou de la transformation et conservation du poisson (45 %). L'innovation agroalimentaire s'est, par contre, étendue sur les produits et procédés. >

Les quatre formes d'innovation sont représentées dans l'agroalimentaire en % des entreprises agroalimentaires de plus de 20 salariés



Champ : entreprises des industries agroalimentaires de plus de 20 salariés.

Source : Insee - Enquête statistique publique innovation CIS 2008, traitements SSP - Agreste

> Ces innovations de type technologique touchent près d'une entreprise sur deux dans la transformation et la conservation des fruits et légumes, la fabrication d'autres produits alimentaires, la boulangerie-pâtisserie industrielle et la fabrication de pâtes. Elles sont moins présentes dans l'industrie de la viande (36 %). La part du chiffre d'affaires relative aux produits innovants dans les entreprises de 10 salariés et plus représente en moyenne 6 %, contre 12 % pour l'ensemble des entreprises françaises, et 17 % pour les autres industries manufacturières. Ce pourcentage est en baisse par rapport à la période 2004-2006.

Pour en savoir plus...

Consultez le site Internet du SSP : www.agreste.agriculture.gouv.fr



Résultats 2006

Onglet Données en ligne, Beyond, Industries agroalimentaires



Changement de nomenclature

Onglet Thématique, Industries agroalimentaires, Enquête annuelle d'entreprise, Définitions et concepts EAE

Voir aussi :

■ Anthony Bouvier, « Les sociétés innovantes de 10 salariés ou plus : quatre sur dix entre 2006 et 2008 » Insee Première n° 1314 octobre 2010

Des facteurs favorables à l'innovation : la taille, le groupe, les aides

À l'instar d'autres déterminants de la compétitivité, l'innovation est plus fréquemment une démarche d'entreprise de taille importante. 85 % des entreprises agroalimentaires de 250 salariés ou plus innovent de 2006 à 2008, contre 54 % pour les entreprises de 20 à 49 salariés. L'innovation des grandes entreprises agroalimentaires est surtout plus diversifiée, ce qui leur permet de mettre davantage de produits novateurs sur le marché. Pour 59 % des entreprises agroalimentaires de plus de 250 salariés, ce processus allie au moins trois types d'innovations différentes (produits, procédés, organisation ou marketing). Cette proportion est à peine de 13 % pour les entreprises de 10 à 19 salariés. Les entreprises appartenant à un groupe ou à un réseau d'enseigne sont, à taille identique, plus nombreuses à innover que les autres. La localisation du marché joue également un rôle important. Une entreprise dont le marché est aussi situé à l'étranger innove davantage qu'une entreprise dont le marché est à dominante locale : 73 % contre 56 %. Si

Une innovation en appelle souvent une autre % des entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus innovantes sur la période 2006-2008

Type d'innovation	Industries agroalimentaires	Autres industries manufacturières	Ensemble des entreprises
Innovation seule			
Produits	8	9	6
Procédés	5	9	6
Organisation	12	16	20
Marketing	6	3	7
Innovation double			
Produits et procédés	7	8	5
Produits et organisation	2	3	3
Produits et marketing	4	3	2
Procédés et organisation	6	8	8
Procédés et marketing	2	1	1
Organisation et marketing	12	5	10
Innovation multiple			
Produits, procédés et organisation	4	11	7
Produits, procédés et marketing	4	3	3
Produits, organisation et marketing	4	3	3
Procédés, organisation et marketing	7	4	6
Toutes les formes d'innovation	17	14	12
Note de lecture : 7% des entreprises de 10 salariés et plus ayant innové l'ont fait en réalisant une innovation double à la fois sur les produits et sur les procédés.			

Source : Insee - Enquête statistique publique innovation CIS 2008, traitements SSP - Agreste

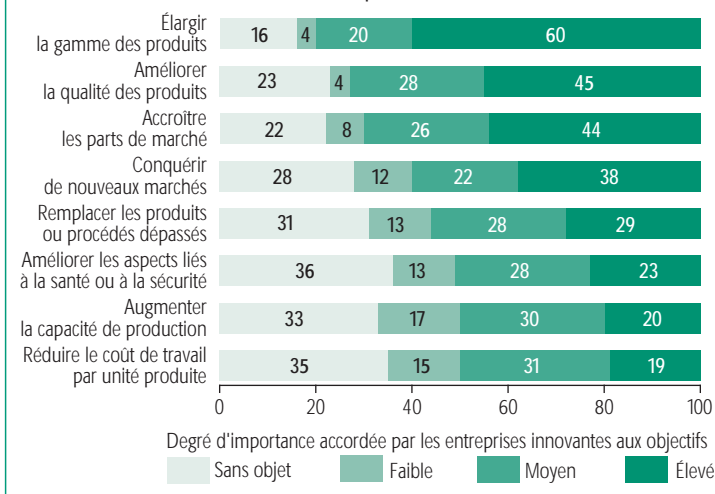
les petites et moyennes entreprises de 10 à 50 salariés bénéficient plus facilement des aides locales ou régionales à l'innovation, les entreprises de 50 salariés et plus accèdent davantage aux financements nationaux, au crédit d'impôt recherche et participent plus fréquemment au Programme Cadre de Recherche et Développement de l'Union européenne. Enfin, la possibilité de conclure des accords de partenariats renforce la position des grandes firmes : 60 % des entreprises de plus de 250 salariés ont conclu des accords de coopération avec d'autres entreprises contre 39 % pour les entreprises de 10 à 50 salariés, notamment avec leurs fournisseurs d'équipement ou d'autres entreprises du même groupe. Dans l'agroalimentaire, ces partenariats sont davantage centrés sur la France. Les coopérations internationales avec des entreprises européennes sont deux fois moins répandues que dans le reste de l'industrie, et trois fois moins quand il s'agit des États-Unis.

Le poids du marché

Élargir la gamme de produits, accroître les parts de marché, améliorer la qualité : les principaux objectifs des innovations des entreprises agroalimentaires sont liés au marché, loin devant la réduction du coût de travail, l'amélioration de la santé et de la sécurité ou le remplacement des produits ou procédés dépassés. La conquête de nouveaux marchés est moins citée qu'auparavant, sans doute en raison de la crise en fin de période : entre 2006 et 2008, seules 38 % des entreprises agroalimentaires en font état contre 53 % à l'enquête précédente. Si on se restreint aux innovations de marketing, 23 % des entreprises agroalimentaires font passer l'objectif de réduire les coûts devant celui d'introduire un produit sur de nouveaux marchés (18 %). L'amélioration de la visibilité du produit vient seulement après (13 %). Il s'agirait donc davantage de réduire les coûts en développant un packaging plus

Principal objectif de l'innovation : le marché

% des entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus innovantes sur la période 2006-2008



Source : Insee - Enquête statistique publique innovation CIS 2008, traitements SSP - Agreste

> économe avec des effets potentiellement positifs pour l'environnement.

Des bénéfices environnementaux six fois sur dix

Pour 60 % des entreprises agroalimentaires innovantes entre 2006 et 2008, l'innovation réalisée présente un bénéfice pour l'environnement contre une sur deux pour l'ensemble

des entreprises françaises. Plus la taille de l'entreprise est élevée, plus la prise en compte de la dimension environnementale s'accroît : ce chiffre atteint 80 % dans le cas des entreprises agroalimentaires de plus de 250 salariés. Pour 58 % des entreprises agroalimentaires considérées, le bénéfice environnemental concerne le processus de production. La réduction des

coûts est l'objectif premier de cette démarche, avec des disparités selon les secteurs d'activité et la taille. Dans les entreprises de fabrication d'huiles et graisses végétales et animales, le recyclage des déchets, de l'eau et des matières premières et la réduction de la pollution des sols, de l'eau ou de l'air sont les bénéfices les plus fréquemment mis en avant (dans 6 cas sur 10). À travers la recherche d'un meilleur rendement, les plus grandes unités ciblent davantage les économies de matières, d'énergie et de CO₂. Pour 34 % des entreprises, le bénéfice environnemental de l'innovation se situe également au stade de l'utilisation du produit par le consommateur. Le recyclage du produit après utilisation est alors la caractéristique la plus souvent avancée. Il concerne 19 % des innovations de produits ou procédés présentant un bénéfice environnemental.

Christophe Lesieur

Bureau des statistiques
sur les industries agricoles

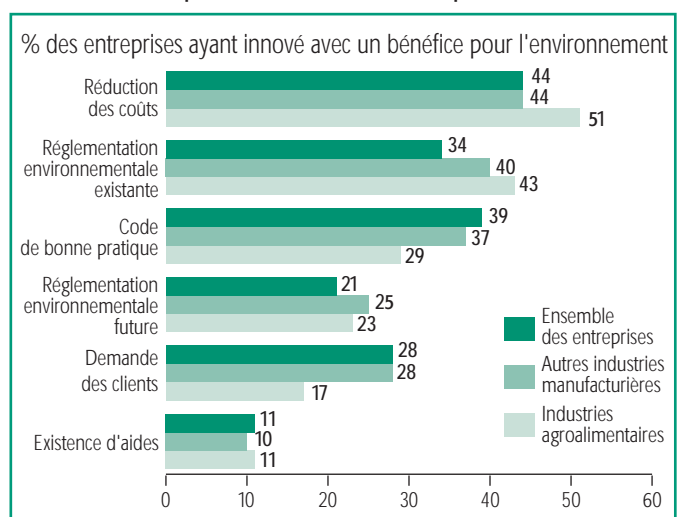
Les moteurs de l'innovation environnementale

■ Pour les industries agroalimentaires, comme pour les autres industries manufacturières, l'élément déclenchant de l'innovation environnementale résulte d'abord d'objectifs internes de réduction des coûts puis de contraintes liées à la réglementation.

■ L'objectif de réduction des coûts, cité par 51 % des entreprises agroalimentaires innovantes, est particulièrement mis en avant par les grandes entreprises et plus généralement par celles de première transformation des matières premières agricoles : industrie du lait, travail des grains, fabrication d'huiles et graisses ou d'aliments pour animaux. L'adaptation à la réglementation est citée par 43 % des entreprises innovantes.

■ L'existence d'aides est dans l'ensemble un élément peu incitatif. Toutefois, combinées avec les contraintes réglementaires, les incitations financières mises en place par les pouvoirs publics jouent un rôle certain dans les secteurs des huiles et graisses végétales, de la transformation et conservation des fruits et légumes et de la fabrication d'aliments pour animaux.

Réduction des coûts et réglementation à l'origine de l'innovation environnementale en % des entreprises innovantes sur la période 2006-2008



Source : Insee - Enquête statistique publique innovation CIS 2008, traitements SSP - Agreste

Méthodologie

- Les résultats présentés ici proviennent de la dernière enquête communautaire *Innovation* (CIS 2008) réalisée entre octobre 2009 et février 2010 à la demande de l'Union européenne par tous les États membres. Pilotée par l'Insee, l'enquête couvre, pour la période de 2006 à 2008, environ 30 000 entreprises marchandes et exploitantes de France métropolitaine et des départements d'outre-mer. Elle est exhaustive pour les entreprises de plus de 250 salariés. En dessous de ce seuil, les entreprises sont interrogées selon un plan stratifié au niveau groupe d'activité. L'enquête CIS 2006-2008 a été étendue aux entreprises de 10 à 19 salariés tandis que l'enquête CIS 2004-2006 était restreinte aux entreprises de plus
- de 20 salariés. C'est pourquoi les évolutions sont calculées uniquement sur le champ des entreprises de 20 salariés et plus.
- Le champ des industries agroalimentaires étudiées ici porte sur l'ensemble des industries alimentaires et de la fabrication de boissons, à l'exclusion des activités relevant de l'artisanat commercial (charcuterie, boulangerie et pâtisserie artisanales).
- En raison du changement de nomenclature (naf rév2/naf rév1) et du champ des entreprises enquêtées, la comparabilité temporelle peut être plus fragile sur certaines rubriques (en particulier pour les préparations industrielles des plats à base de viande ou de poisson).

Les concepts

- L'innovation de produits correspond à la mise sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou significativement modifié par rapport aux produits précédemment élaborés par la société, même si ce type de produit était déjà proposé sur le marché. Elle augmente l'utilité du consommateur. Les changements de packaging ou de design qui ne s'accompagnent pas d'une modification des fonctionnalités ou usages ne constituent pas une innovation de produit.
- L'innovation de procédé consiste à mettre en œuvre des procédés de production, de méthodes de distribution ou de livraison, d'activités de support, nouveaux ou significativement modifiés.
- L'innovation d'organisation correspond à une nouveauté ou une amélioration significative du fonctionnement de la société, que ce soit dans le domaine de l'organisation du travail, de la gestion des connaissances ou encore des relations avec les partenaires extérieurs.
- L'innovation de marketing se définit par la mise en œuvre de concepts ou de stratégies de ventes nouveaux ou significativement améliorés. Les changements de design ou de packaging sont des innovations de marketing.
- Une innovation environnementale se définit comme l'introduction d'un produit (bien ou service) d'un procédé, d'une méthode d'organisation ou de marketing nouveau ou amélioré significativement, qui génère un bénéfice environnemental comparé aux alternatives existantes.

Les taux d'innovation augmentent avec la taille de l'entreprise % des entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus innovantes sur la période 2006-2008

	Produits, procédés, organisation ou marketing	Produits ou en procédés	Produits	Procédés	Organisation	Marketing
Secteur						
101 Transf., conserves et prép. de viande	52	36	22	26	35	27
102 Transf., conserves de poissons, crust, etc	66	39	38	18	26	45
103 Transf., conserves de fruits et légumes	64	53	48	51	51	35
104 Fab. d'huile et graisse végétale et animale	46	42	28	38	42	24
105 Fab de produits laitiers	54	39	30	22	33	25
106 Travail des grains, fab de prod. amylacés	52	33	29	28	32	37
107 Fabrication industrielle de produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes	69	56	37	42	47	48
108 Fab. d'autres produits alimentaires	68	63	55	39	40	37
109 Fab. d'aliments pour animaux	67	45	29	41	45	28
11 Fabrication de boissons	65	37	22	32	45	49
Effectif salarié						
A Entre 10 et 19 salariés	54	34	27	25	37	38
B Entre 20 et 49 salariés	54	40	24	30	36	30
C Entre 50 et 249 salariés	71	56	44	38	42	37
D Plus de 250 salariés	85	73	57	62	58	50
Ensemble des industries agroalimentaires	61	45	32	33	39	36
dont entreprises de 20 salariés et plus	64	50	35	37	40	35
Autres industries	54	41	28	31	34	19
Ensemble des entreprises françaises	43	27	18	21	30	19

Champ : entreprises agroalimentaires de plus de 10 salariés.

Source : Insee - Enquête statistique publique innovation CIS 2008, traitements SSP - Agreste