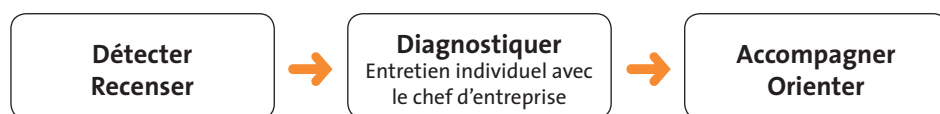


Quel potentiel innovant dans les entreprises aquitaines ?

Mobilisation et pro-activité des CCI d'Aquitaine pour l'innovation en entreprise

Depuis 2005, dans le cadre de leur démarche d'appui au développement des entreprises, les CCI d'Aquitaine ont mis en place le **Programme Régional d'Appui à l'Innovation (PRAI)**, qui a pour objectif de faire un diagnostic sur la gestion de l'innovation au sein des entreprises aquitaines.

Cette action collective est financée par le fonds européen FEDER pour la période 2010-2011.



Du pré-diagnostic à la réalisation du plan d'actions et son suivi, la mission des CCI se déroule en 5 étapes :

1. Entretien individuel sur la pratique et la place de l'innovation dans l'entreprise
2. Analyse des points forts/points faibles
3. Préconisations concrètes et individualisées
4. Validation conjointe, avec le chef d'entreprise du plan d'actions
5. Accompagnement dans la réalisation du plan d'actions

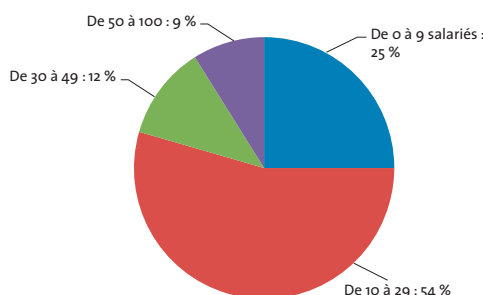
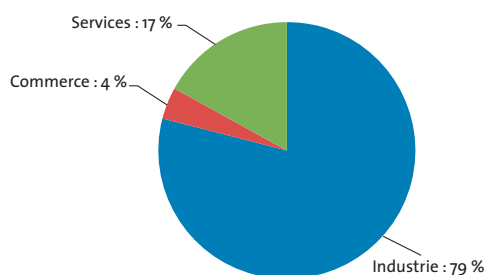
Les conseillers des CCI suivent l'entreprise de A à Z. Leur intervention doit permettre de détecter un potentiel et un besoin. Des pré-diagnostic naissent alors des axes de repositionnement, puis un plan stratégique, et l'orientation vers les experts régionaux compétents, selon les cas.

112 entreprises ont été rencontrées en 2010 et 2011 par les CCI d'Aquitaine (hormis la CCI des Landes).

Ces entreprises ont la **particularité de ne pas être connues** dans les dispositifs d'appui existants (Conseil Régional d'Aquitaine, OSEO, etc.).

Portrait des 112 entreprises aquitaines rencontrées

Des entreprises industrielles de taille moyenne



- **Près d'1 entreprise sur 2 a un ou plusieurs projets d'innovation en attente ou « dormant ».**

La concrétisation de ce projet est conditionnée à l'amélioration de la situation économique globale mais aussi à l'obtention de ressources internes (temps, compétences) pour le développer.

- **70 % des entreprises ont, d'après les conseillers des CCI, un potentiel d'innovation.**

Principales filières	Part dans total des entreprises
Métallurgie	28 %
Agroalimentaire	16 %
Bois	15 %
Chimie, plasturgie, médical	10 %
Electronique et TIC	9 %
Autres	22 %

Édito

L'EQUIPE DE L'INNOVATION AQUITAINE

112 chefs d'entreprise rencontrés, 72 projets détectés : voilà le bilan de la 3^e édition du Programme Régional d'Appui à l'Innovation (PRAI) des CCI d'Aquitaine.

L'innovation, facteur de compétitivité, concerne toutes nos entreprises, quelque soit leur taille, dès lors qu'elles doivent s'adapter à leur environnement pour être performantes. Certaines, «high-tech», investissent fortement en recherche et développement. D'autres déposent une marque, améliorent leurs produits, procédés et services (...).

L'innovation est portée en Aquitaine par une équipe.

L'équipe des CCI d'Aquitaine, avec la coordination de la CCIR Aquitaine, mène depuis plusieurs années ce programme commun.

Elle travaille avec les partenaires de l'appui à l'innovation en Aquitaine : Etat, Conseil Régional d'Aquitaine, INPI, OSEO, etc., dans un même esprit pour accompagner les projets, favoriser les partenariats, trouver les financements.

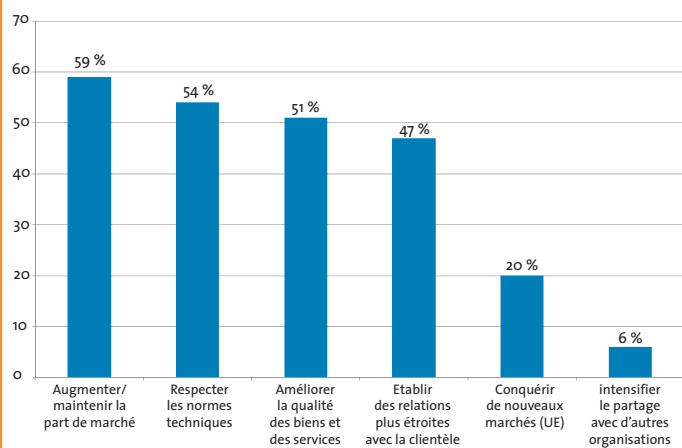
Soutenues par cet esprit d'équipe, les entreprises aquitaines sont les grandes gagnantes de notre accompagnement régional.

Laurent Courbu
Président de la CCIR Aquitaine

112 entreprises aquitaines : perceptions de l'innovation

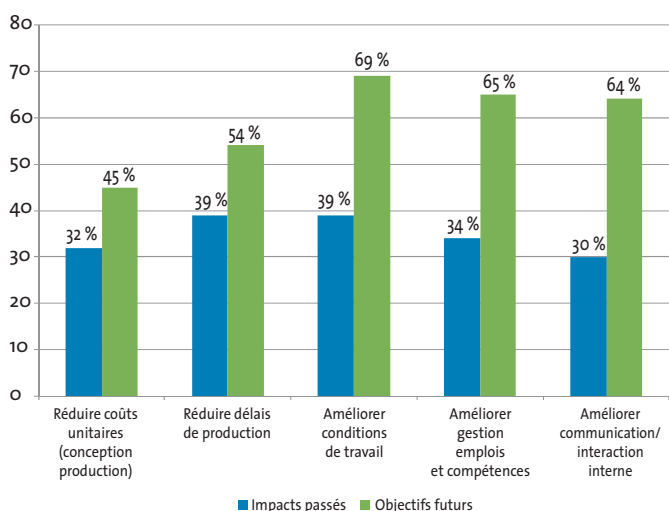
L'innovation selon les chefs d'entreprise

Principaux impacts observés : innover pour conserver le niveau d'activité



En 2011, l'innovation a servi à maintenir les fonctions vitales de l'entreprise : la production, la relation avec la clientèle. Les autres impacts sont jugés moins importants par les chefs d'entreprise, voire négligeables (développement international, coopération inter-entreprises).

Objectifs importants : innover pour gagner en compétitivité et en efficacité interne



A l'avenir, les chefs d'entreprise souhaitent que l'innovation continue à être un outil pour mieux produire et se diversifier (comme dans le passé). Ils souhaitent utiliser davantage l'innovation **pour gagner en compétitivité** et **mieux organiser leur entreprise** (gestion des emplois et des compétences, communication, RSE, etc.).

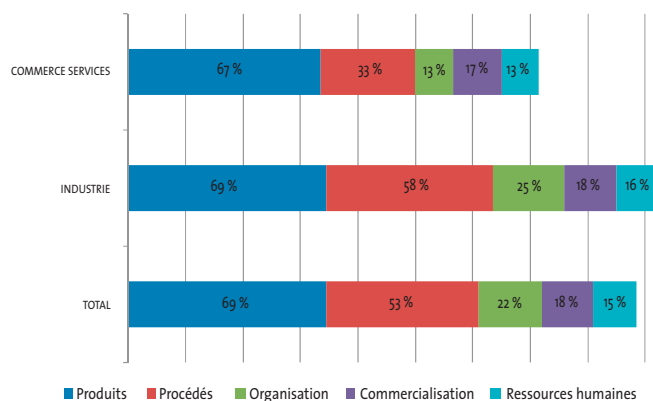
39 % des chefs d'entreprise ont constaté que l'innovation a eu un impact très important sur l'amélioration des conditions de travail dans leur entreprise. 69 % souhaitent que cela reste/devienne un objectif prioritaire de leur action d'innovation.

L'innovation technologique (produits et procédés) est majoritairement citée par les entreprises interrogées.

Les innovations touchant davantage le cœur de l'entreprise (organisation et ressources humaines) sont bien représentées également. Les thématiques de la productivité, de la gestion des emplois et des compétences sont souvent évoquées.

Les entreprises de l'industrie pratiquent davantage l'innovation de procédés que l'ensemble des entreprises. Celles du commerce-services sont moins innovantes que la moyenne, notamment en matière de procédés et d'organisation.

Types d'innovation pratiqués par les entreprises par grands secteurs d'activité



Les entreprises ont pu citer plusieurs formes d'innovation, le total par secteurs peut donc excéder 100 %.

Freins à l'innovation : de moins en moins de souplesse en interne

Principaux freins	Part dans total des entreprises
Risque économique, absence de financement	45 %
Coût de l'innovation	42 %
Manque de moyens internes (temps, organisation, etc)	37 %
Manque de réactivité des clients	28 %
Manque d'information marché / technologie	28 %
Manque de personnel qualifié	22 %
Législation, réglementation, normes	12 %

Au-delà du frein économique, qui est le premier que les chefs d'entreprise évoquent depuis 2006, un autre frein est plus important qu'auparavant : l'incapacité de dégager des moyens en interne, ce qui est peut-être lié à la tension plus grande du marché du travail dans le contexte de crise économique.

Pratiques de l'innovation dans les entreprises

Un budget identifié « innovation » modeste

Seulement **1 entreprise sur 4** est capable de quantifier le budget qu'elle dédie à l'innovation.

Parmi elles, **la moitié** y consacre moins de 5 % de son chiffre d'affaires.

Des financements essentiellement internes

Sources de financement	Part dans le total des entreprises
Fonds propres	86 %
Emprunts bancaires	26 %
Aide à l'innovation	16 %
Capital-risque	0 %

Le financement de l'innovation se fait essentiellement grâce aux fonds propres des entreprises, peut-être pour garder le « secret » de leur travail en amont.

Les dépenses d'innovation identifiées servent en majorité à de la **conception industrielle (60 %)** et à **l'acquisition d'équipements, machines et outils utiles à l'innovation (36 %)**.

Des compétences internes pour gérer mais pas pour initier l'innovation

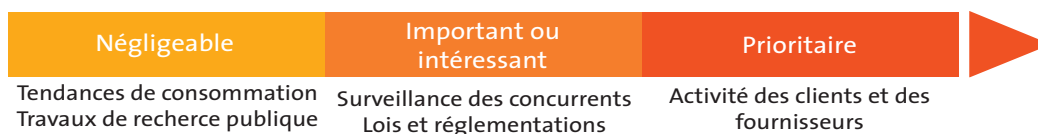
60 % des entreprises pensent avoir des compétences en interne pour gérer l'innovation. Elles déclarent, par contre, manquer de compétences pour initier et mettre en oeuvre l'innovation en interne.

Pour la majorité (**58 %**) il s'agit de temps de personnel cadre. Dans les entreprises sans compétence dédiée, les chefs d'entreprise se désignent majoritairement comme interlocuteur par défaut pour cette activité, mais à temps perdu le plus souvent.

Veille et systèmes d'information : importants mais mal exploités

66 % des entreprises déclarent pratiquer activement une veille d'information.

Axes privilégiés de la veille



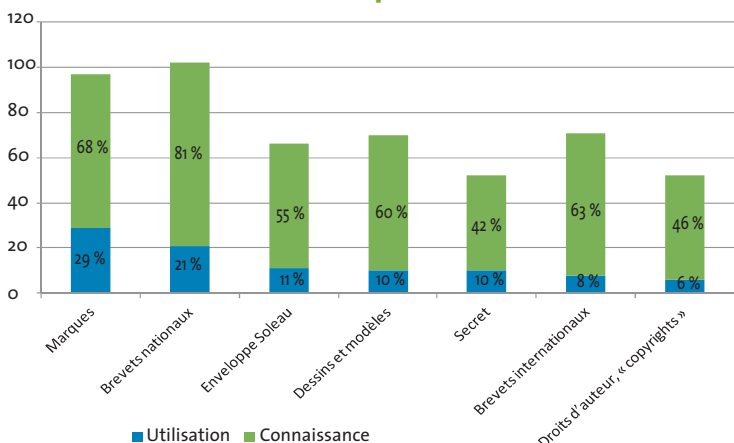
Dans + d'1 entreprise sur 4, le processus de veille obéit à un minimum d'organisation (méthodes communes, temps collaborateur dédié, etc.).

Le **chef d'entreprise** est la seule personne concernée par la veille dans + du 1/3 des entreprises.

Les outils d'information restent assez **traditionnels** : réseau et presse. En revanche, les moyens apparus plus récemment (web) sont moins utilisés.

Près de la moitié (49%) des entreprises participent souvent ou assez souvent à **des foires et salons** et 30% à **des conférences professionnelles**.

Propriété industrielle : méconnue et utilisée à minima



Les deux moyens de protection les plus utilisés sont les **marques** et les **brevets nationaux**.

Les différents moyens de protection ne semblent pas tous bien connus des entreprises, à l'exception du dispositif de brevet national.

27 % des entreprises déclarent avoir eu recours à un prestataire pour effectuer une démarche de protection de la propriété industrielle ou intellectuelle (dont 17 % auprès de l'INPI).

Des coopérations le plus souvent informelles avec l'environnement proche

Plus de la moitié des entreprises (**52 %**) déclarent pratiquer une forme de coopération dans leur démarche d'innovation.

Coopérations informelles

L'innovation semble être davantage générée naturellement par les échanges que l'entreprise a au quotidien avec ses interlocuteurs, que par l'instauration d'un cadre défini et rigoureux (contrat).

Ce sont les **partenaires proches** de l'entreprise qui sont le plus souvent associés à l'innovation dans des **coopérations non formalisées** : les clients (**33 %**) et les fournisseurs (**28 %**).

Coopérations formalisées (contrats)

Les coopérations contractualisées se font majoritairement avec des organismes publics (Universités, centres techniques publics, etc.).

Les coopérations avec des partenaires privés (consultants, laboratoires privés) sont plus rares.

Les entreprises de la métallurgie (28 % des entreprises interrogées)

Des caractéristiques spécifiques

● Logique de proximité avec clients et fournisseurs

Près des 3/4 des entreprises de la métallurgie déclarent avoir une clientèle locale ou régionale, notamment dans l'aéronautique qui réunit souvent sur un même territoire donneurs d'ordres et sous-traitants.

● Présence moindre à l'international

Près des 3/4 ne réalisent pas de chiffre d'affaires à l'export.

- **Poids plus important des contraintes réglementaires et des normes.** 23 % estiment que la réglementation est un frein à l'innovation (12 % seulement toutes entreprises confondues).

Près des 3/4 des entreprises considèrent la veille sur les normes et réglementations comme prioritaire ou importante.

L'innovation perçue comme nécessaire

● Une vision pragmatique poussée à l'extrême : l'innovation sert à occuper son marché

Les entreprises de la métallurgie ont une perception accrue de l'innovation comme moyen de maintenir le niveau d'activité existant.

+ de 3 entreprises sur 4 déclarent que l'innovation a eu un impact très important sur le maintien de leur part de marché.

● L'innovation comme vecteur de changement et de progrès

Il existe des écarts importants entre ce que déclarent les chefs d'entreprise sur la réalité passée (les impacts de l'innovation) et les objectifs qu'ils se fixent en la matière.

Ils semblent conscients que l'innovation est **vecteur de changement**, immédiat ou profond, comme le montrent les objectifs ambitieux évoqués.

Développer la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, améliorer les conditions de travail sont des objectifs prioritaires ou importants pour + de 90 % des entreprises.

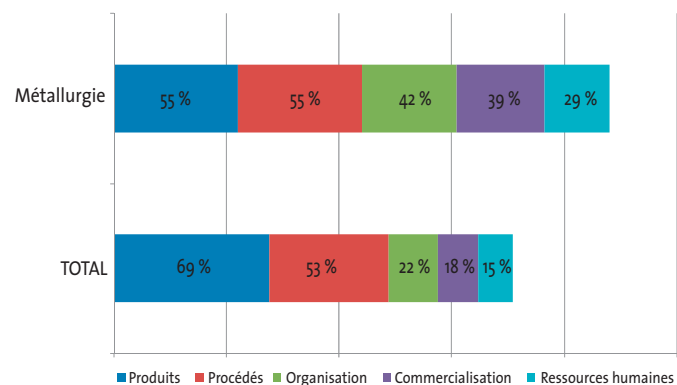
● Perception accrue des enjeux stratégiques de la veille

+ du 1/4 des entreprises de la métallurgie considère la veille comme un moyen d'innover. Cette part est de 18 % dans les autres secteurs.

● Meilleure connaissance des moyens de protection de la propriété intellectuelle, particulièrement de l'enveloppe soleau.

Une innovation plus diversifiée

Types d'innovation pratiqués par les entreprises de la métallurgie



Dans la métallurgie, les innovations **produits** sont moins nombreuses que dans l'ensemble des entreprises et les innovations de **procédés** sont au même niveau.

En revanche, sur les champs d'innovation moins courants (organisation, commercialisation, ressources humaines), **l'écart est net**. Plus du tiers des entreprises de la métallurgie innove en **organisation** et en **commercialisation** (contre respectivement 22 % et 18 % pour la moyenne).

L'innovation en **ressources humaines** est également bien présente alors que la proportion moyenne d'entreprises innovant sur ce champ est de 15 %.

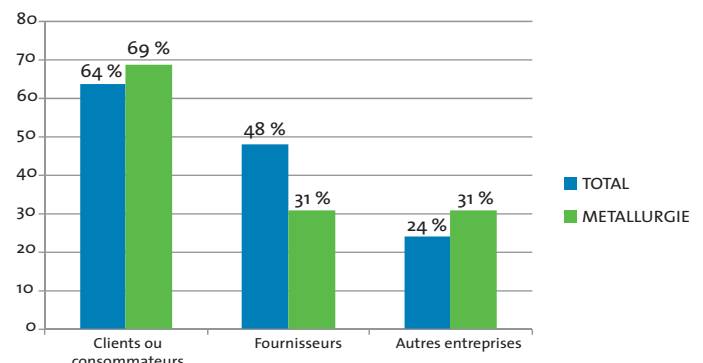
● Des moyens dédiés plus qualitatifs

Les entreprises de la métallurgie déclarent avoir davantage d'équivalents temps plein (ETP) cadres ayant des compétences innovation que la moyenne des entreprises.

29 % des entreprises de la métallurgie investissent dans la formation du personnel liée aux innovations, contre 21 % en moyenne.

● Plus d'échanges avec les autres entreprises

Part des entreprises menant des coopérations non contractualisées



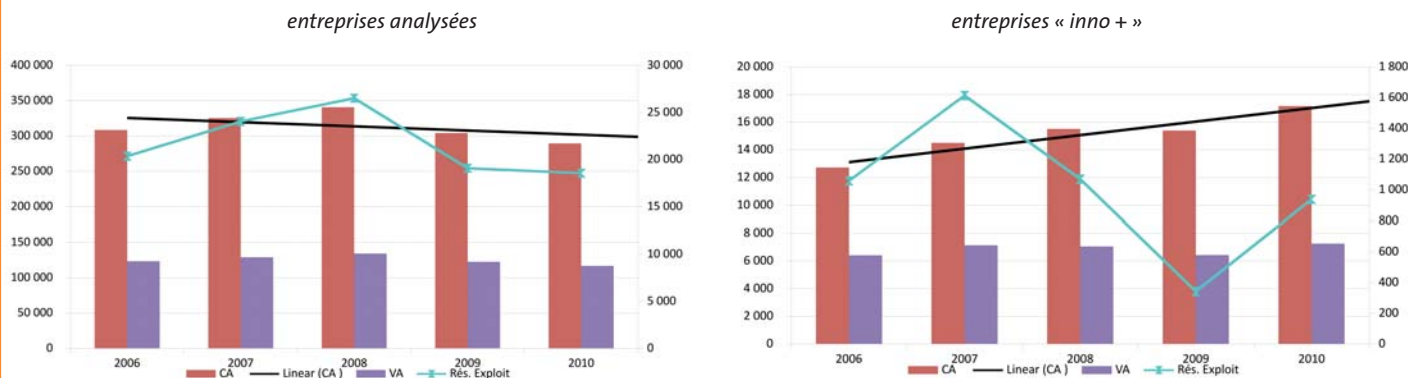
Davantage de transfert de technologie : + d'**1 entreprise sur 4** déclare avoir déjà transféré de la technologie. Cette part est deux fois supérieure à celle de l'échantillon total.

Entreprises ayant investi dans la R&D : analyse financière

Afin d'analyser la performance économique des entreprises ayant investi dans la recherche et le développement (élément incontournable du processus d'innovation), les bilans financiers des entreprises rencontrées ont été analysés (via les logiciels DIANE et PREFACE) sur la période 2006 à 2010.

Les 108 entreprises ayant déclaré leurs liasses fiscales constituent un panel représentatif des 112 entreprises interrogées. Sur ce panel, 5 entreprises, nommées « inno + », ont déclaré une activité de R&D sur la période étudiée.

Evolution de 3 soldes intermédiaires de gestion (S.I.G.) de 2006 à 2010

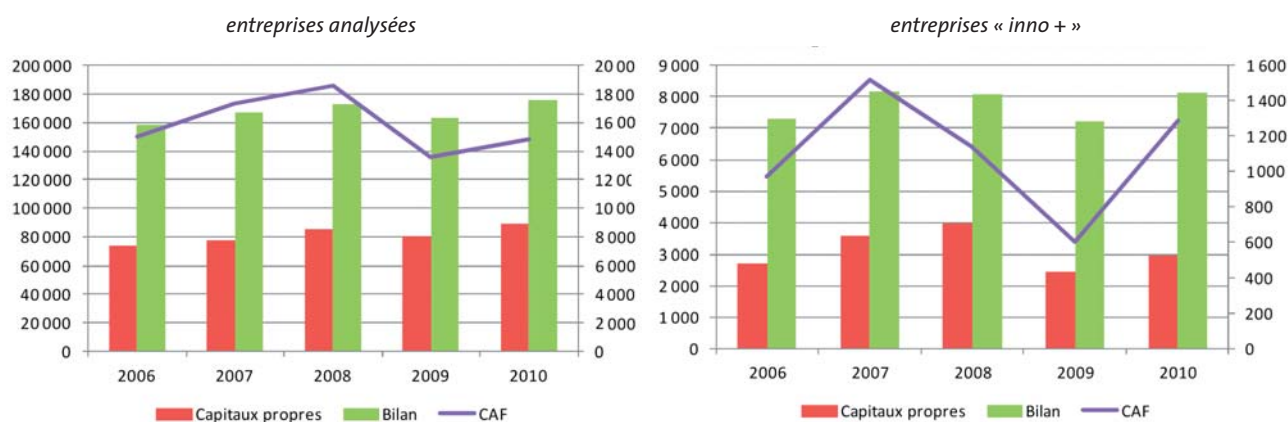


Globalement, l'évolution des 108 entreprises interrogées est plutôt atone de 2006 à 2010 avec un chiffre d'affaires en diminution de 6 %, une valeur-ajoutée de 5 % et un résultat d'exploitation de 9 %.

Sur cette même période, l'évolution des 5 entreprises ayant effectué de la R&D est beaucoup plus favorable avec :

- une augmentation de 35 % du chiffre d'affaires,
- une augmentation de 13 % de la valeur ajoutée,
- une chute de 11 % du résultat d'exploitation, qui remonte de 174 % de 2009 à 2010 pour passer de 342 K€ à 938 K€.

Evolution de 3 indicateurs du bilan de 2006 à 2010



L'évolution de la structure financière est globalement similaire sur ces 3 indicateurs pour les 108 entreprises et les 5 « inno + » analysées.

En conclusion, les entreprises qui ont fait le choix d'innover (analysé ici à travers leurs investissements R&D) voient leur chiffre d'affaires augmenter de + 35 %, de manière plus favorable que les autres. Leur structure financière n'est pas pour autant mise plus en péril.

Caractéristiques des entreprises les plus innovantes

Typologie des entreprises innovantes

	Part dans total	Commentaire
Entreprises « créatives » (très innovantes)	15 %	Mènent des innovations dans au moins trois champs différents
Entreprises « réactives » (moins innovantes)	85 %	Mènent des innovations dans deux champs ou moins

Les termes « réactives » et « créatives » sont repris du Guide de l'innovation pour les fabricants européens de l'ameublement financé par l'Union européenne (2010)

Des objectifs d'innovation ambitieux

Les entreprises « créatives » ont davantage d'objectifs prioritaires en matière d'innovation.

Elles souhaitent par exemple améliorer la qualité des biens et des services, leurs systèmes d'information ou la communication interne grâce à l'innovation.

Des savoirs et des informations utiles pour innover

Elles ont des sources d'information et de veille plus diversifiées que les autres, favorisent l'enrichissement croisé au contact d'autres acteurs du secteur. Elles développent le recours à des expertises scientifiques pour favoriser l'émergence de nouvelles idées.

3 entreprises sur 4 connaissent chaque moyen de protection intellectuelle.

Les entreprises « créatives » :

38 % participent à des foires et salons
(**29 % des entreprises « réactives »**)

31 % favorisent les conférences professionnelles
(**22 % des entreprises « réactives »**)

94 % connaissent l'outil de protection des marques
(**68 % des entreprises « réactives »**)

Une ouverture plus importante sur l'extérieur

Elles sollicitent leurs partenaires, clients et fournisseurs, les consultants, les banques pour mieux développer l'innovation.

Elles ont moins recours à l'aide publique mais sont beaucoup plus consommatrices d'emprunts bancaires que les autres, pour **1 sur 2** (elles ont peut-être une solidité financière qui le leur permet).

Les entreprises « créatives » :

25 % font du transfert de technologie
(**12 % des entreprises « réactives »**)

50 % innovent aussi en externe via un groupe, un sous-traitant (...)
(**17 % des entreprises « réactives »**)

Des investissements stratégiques et qualitatifs

Elles investissent davantage de moyens dans l'innovation et connaissent mieux le budget dédié à l'innovation, ce qui démontre une certaine vision stratégique.

Les entreprises « créatives » :

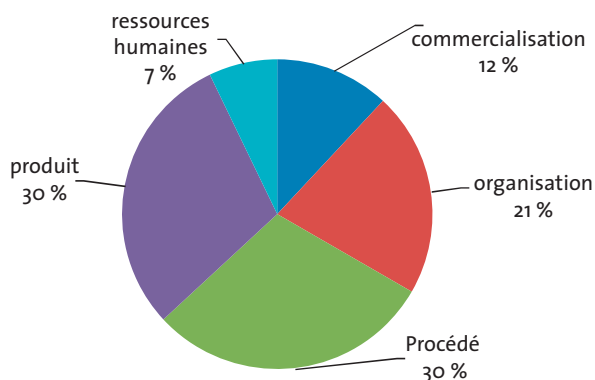
63 % investissent dans l'acquisition de machines, équipements ou outils informatiques liés aux innovations
(**33 % des entreprises « réactives »**)

38 % investissent dans la formation du personnel liée directement aux innovations
(**19 % des entreprises « réactives »**)

Bilan de l'action des CCI d'Aquitaine

Parmi les 112 entreprises rencontrées, 72 projets d'innovation ont été détectés.

Répartition des projets détectés en fonction du type d'innovation



17 demandes d'aides financières ont été formulées et 14 subventions ont déjà été obtenues.

Les 72 projets détectés sont variés et concernent :

- le développement de nouveaux produits, souvent de produits « propres » dans la dynamique développement durable
- la mise en place de nouveaux procédés de fabrication, l'acquisition de nouvelles machines,
- l'organisation du travail, l'acquisition immobilière
- le développement de la stratégie commerciale pour gagner d'autres marchés, locaux ou internationaux, Les ressources humaines, avec des recrutements en compétences spécifiques, la formation interne, ou l'appel au conseil pour le chef d'entreprise par exemple.

Des pistes d'action pour une amélioration continue

● Aller vers une démarche participative, plus riche et créative

Organiser le processus d'innovation en s'appuyant sur l'ensemble du personnel (bottom up) et pas uniquement sur le chef d'entreprise (approche top down) qui est actuellement l'interlocuteur principal dans le diagnostic

● Amener les entreprises vers plus d'ouverture et d'échanges

Les partenaires pertinents des entreprises sont nombreux en Aquitaine, dont les centres de transfert de technologie, laboratoires, universités...susceptibles d'apporter des ressources techniques et de la valeur-ajoutée dans le processus d'innovation.

Ce dossier a été réalisé avec l'appui du réseau des CCI d'Aquitaine



Editeur : Chambre de Commerce et d'Industrie de Région Aquitaine – Directeur de la publication : Gilles GUYONNET-DUPERAT - Rédaction : service information économique
185, cours du Médoc – BP 143 – 33042 Bordeaux Cedex – Tél. : 05.56.11.94.94. – www.aquitaine.cci.fr

N°ISSN : 1156-0711