

L'innovation et les CCI d'AQUITAINE :

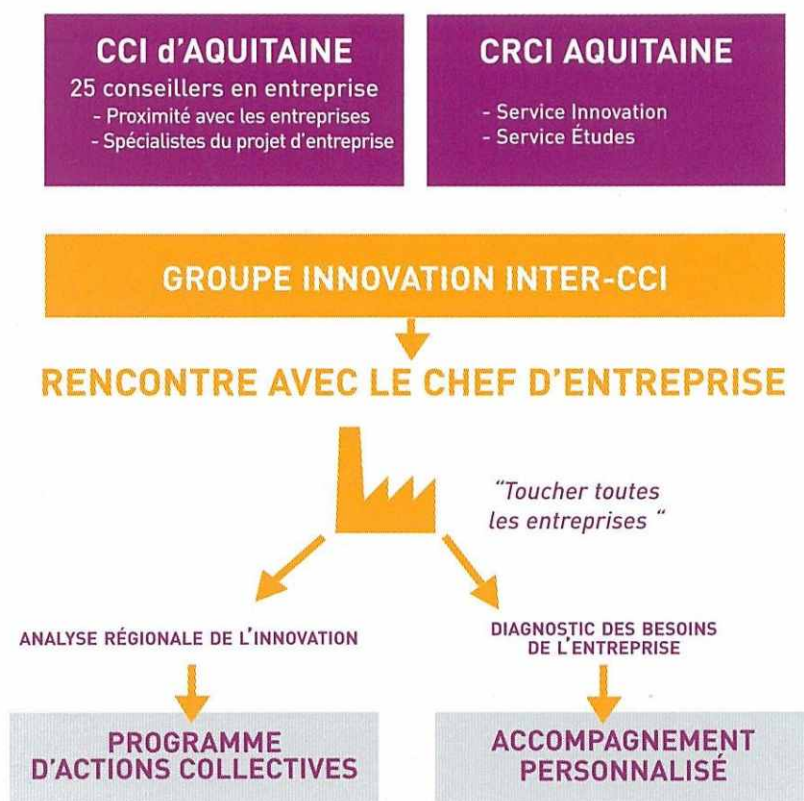
du pré-diagnostic à une stratégie
d'accompagnement pour les PME d'Aquitaine

Mars
2007

MOBILISATION DES CCI D'AQUITAINE POUR L'INNOVATION

Les CCI d'Aquitaine ont décidé de placer l'innovation au rang d'action prioritaire et de s'associer ainsi à une **mobilisation nationale et régionale**.

Une première phase de recensement et de détection des besoins des entreprises d'Aquitaine a été conduite avec un programme régional de pré-diagnostic innovation mené par chaque CCI d'Aquitaine et soutenu par le Fonds Social Européen (F.S.E.).
Ce pré-diagnostic a permis d'identifier les besoins des entreprises et de définir les actions à conduire pour faciliter leur **croissance par l'innovation**.



Les 134 pré-diagnostic réalisés en 2006 ont permis de détecter **55 projets innovants** qui font l'objet d'une évaluation fine et d'un **accompagnement personnalisé** par des centres de ressources adaptés.

Méthodologie de la conduite du pré-diagnostic

Ce document synthétise les premiers constats issus de l'analyse régionale.

Pour 134 entreprises d'Aquitaine, les actions suivantes ont été menées :

- entretien individuel avec le chef d'entreprise entre juin et octobre 2006,
- exploitation des questionnaires renseignés,
- proposition d'un programme d'action adapté.

Caractéristiques du panel d'entreprises sollicitées :

- 80% dans l'industrie, 20% dans le commerce - services,
- effectif : 29% de 0 à 9 salariés; 54% de 10 à 49 salariés
17% plus de 50 salariés,
- une majorité d'entreprises peu connue pour être innovante.

VISION DE L'INNOVATION PAR LE CHEF D'ENTREPRISE

L'innovation s'entend, pour les entreprises interrogées, comme toute démarche de changement qui vise à renforcer les capacités de l'entreprise pour la rendre compétitive et pérenne.

Les quatre aspects de l'innovation sont :

- innovation de produit,
- innovation organisationnelle,
- innovation de procédé,
- innovation commerciale.

Le développement du marché est le premier objectif visé et le premier impact observé

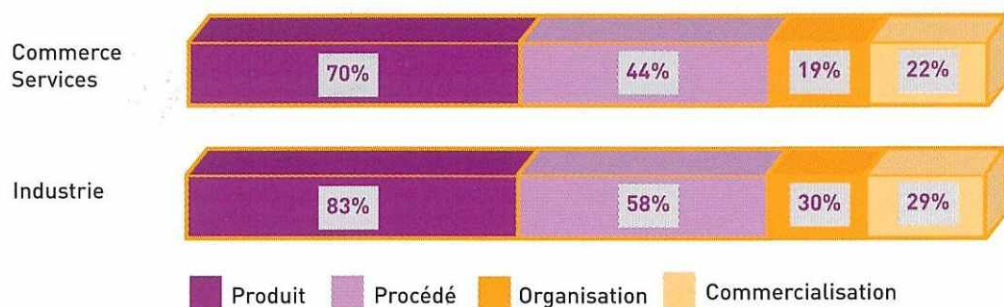
AXES DE DÉVELOPPEMENT	IMPACTS
Marché	78%
dont : • augmenter ou maintenir la part de marché	61%
• augmenter la gamme des biens et services	60%
Production	69%
dont : • améliorer la qualité des biens et services	46%
Organisation	52%
dont : • améliorer les conditions de travail	38%
Environnement (santé, sécurité, réglementation)	43%

IMPACTS de l'innovation : les chefs d'entreprise ont constaté que l'innovation avait des conséquences en majorité sur leur marché et leur production.

[NB : un type d'impact n'est pas exclusif de l'autre, le total excède donc 100%]

134 réponses

L'innovation dans l'entreprise concerne en majorité les produits et la production



Si toutes les entreprises déclarent mener une activité innovante, on constate que leur effort porte particulièrement sur l'innovation produit et que leurs actions en matière d'innovation organisationnelle et commerciale doivent être renforcées.

[NB : un type d'impact n'est pas exclusif de l'autre, le total excède donc 100%]

134 réponses

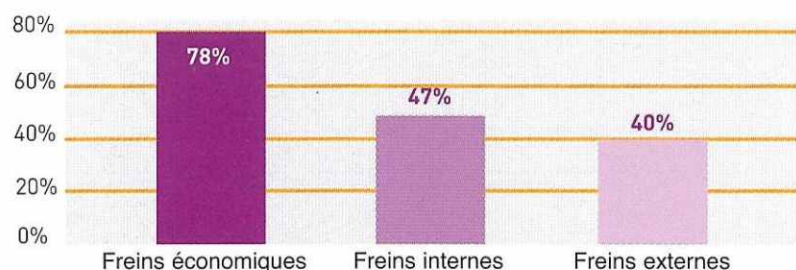
Le budget affecté à l'innovation est difficile à évaluer

- Si 44% des entreprises déclarent consacrer un budget spécifique à l'innovation, 56% d'entre elles n'ont pas de budget dédié ou ne savent pas l'évaluer.

Peu de moyens humains sont affectés à l'innovation

- Globalement, les entreprises n'ont pas, en interne, de poste dédié à l'innovation. Les compétences du personnel, et en particulier celles du chef d'entreprise, sont souvent sollicitées sur cette fonction.

Obstacles à l'innovation : en majorité des freins économiques



- Freins économiques : coûts trop élevés, risque économique excessif, absence de source de financement...
- Freins internes : manque de personnel, d'information, de souplesse...
- Freins externes : manque de réactivité du client, législation, échec de coopération...

PRATIQUE DE L'INNOVATION DANS L'ENTREPRISE

Dépenses engagées et moyens matériels dédiés à l'innovation

- Si relativement peu d'entreprises affectent un budget propre à l'innovation, une grande majorité d'entre elles, selon le groupe inter-CCI, déclare effectuer des dépenses d'innovation tant matérielle (achat de machines, équipements...) qu'immatérielle (savoir-faire, formation ...). Cela confirme que les entreprises n'ont qu'une vision partielle de leur stratégie d'innovation.

Partenariats

- 69% des entreprises déclarent avoir eu recours au moins une fois à une prestation extérieure pouvant aller jusqu'à un accord de coopération. Parmi elles, on retrouve la répartition suivante :

Partenariats établis	Part dans le total
• Relations commerciales (fournisseurs, clients, concurrents...)	87%
• Privés (conseil, R&D...)	45%
• Centres techniques, CRITT, CRT, etc	45%
• Universités, enseignement supérieur, organismes publics de recherche	37%

92 réponses

Pour la conduite de leurs projets innovants, les entreprises sollicitent peu de partenaires externes ou leur confient des prestations uniques et ponctuelles.

Veille - Information

- 77% des entreprises déclarent pratiquer activement une veille d'information.

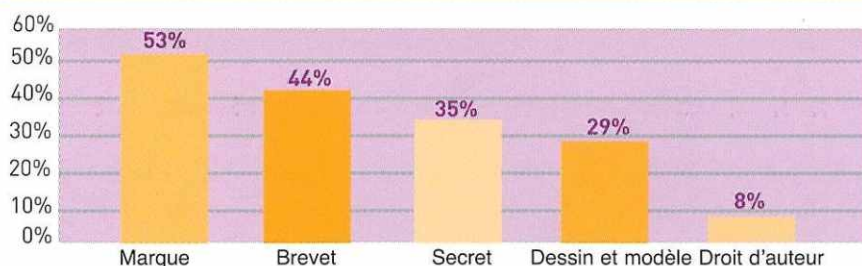
Moyens d'informations utilisés	Part dans le total
• Relations commerciales (fournisseurs, clients, concurrents...)	93%
• Salons (conférences, réunions, foires...)	75%
• Littérature technique et scientifique	61%
• Internet	53%
• Informations internes (personnel)	37%
• Universités, enseignement supérieur, organismes publics de recherche	25%

[NB : un type d'impact n'est pas exclusif de l'autre, le total excède donc 100%]

134 réponses

Les centres de compétences publics (Universités, organismes de recherche...) semblent peu utilisés en tant que source d'information par les entreprises. On note également que seule une minorité oriente sa recherche d'information en interne.

Propriété industrielle



[NB : un type de moyen n'est pas exclusif de l'autre, le total excède donc 100%]

88 réponses

La proportion des entreprises caractérisées par une « culture du secret » est importante au regard des autres modes de protection intellectuelle, qui doivent donc être promus.

- 25% des entreprises déclarent que tout ou partie de leur technologie est brevetée
- 19% des entreprises déclarent avoir l'intention de déposer prochainement un brevet
- 66% des entreprises utilisent au moins l'un des moyens de protection cités dans le tableau ci-dessus

QUELS ENSEIGNEMENTS SUR LES ENTREPRISES AQUITAINES ENQUÊTÉES ?

Points forts

- Les entreprises interrogées **innovent en majorité en interne**,
- Les entreprises agissent dans les **quatre champs constitutifs de l'innovation**, majoritairement sur de l'innovation produit ou procédé et de manière moins fréquente sur l'innovation en matière de commercialisation ou d'organisation,
- On observe dans ces entreprises une **activité d'innovation importante** mais sans stratégie construite,
- Le diagnostic régional a permis d'identifier un **potentiel innovant** important à exploiter car :
 - 47 entreprises déclarent avoir abandonné des projets d'innovation ces dernières années,
 - 86 entreprises ont déclaré avoir des projets d'innovation dormants.
- Les entreprises effectuent des **investissements** matériels (achats de machines) et immatériels (beaucoup de recours à l'informatique et aux logiciels, formation, marketing.....) en vue d'innover.

Points faibles

- **L'objectif prioritaire** cité par les entreprises lorsqu'elles innovent est de développer leur marché et leur production, mais peu parmi elles sont préoccupées par le développement durable dans leur démarche d'innovation.
- Les **moyens dédiés** à l'innovation sont inégaux :
 - peu d'entreprises déclarent affecter un **budget propre** à l'innovation, ce qui conforte l'idée qu'elles ont une perception floue de leur stratégie d'innovation,
 - peu d'entreprises ont un **poste dédié** à l'innovation mais elles font appel ponctuellement aux compétences dont elles disposent en interne (souvent le chef d'entreprise).

Vision du chef d'entreprise

- La « culture du secret » pratiquée par les entreprises ne favorise pas la politique de protection industrielle, ni l'appel à de la sous-traitance pour l'innovation,
- Les freins à l'innovation liés à des aspects économiques (coûts trop élevés, risque économique excessif, absence de source de financement) sont majeurs,
- Ils s'accompagnent de freins internes à l'entreprise (manque de personnel, d'information ou de souplesse dans l'organisation) et de freins externes (manque de réactivité du client, législation trop rigide, échec de coopération).
- Le « concept d'innovation » n'est pas identifié en lui-même comme levier stratégique de développement dans les entreprises.

Premières conclusions

Les entreprises aquitaines rencontrées ont dans l'ensemble une attitude d'innovation plutôt proactive, focalisant leurs efforts sur les produits et les procédés, au détriment de l'organisation et de la commercialisation.

Leur action correspond à des objectifs bien définis, ayant recours à des aides et des partenariats, et utilisant le dépôt de brevets.

Afin d'atteindre un meilleur niveau d'efficacité, leur démarche reste toutefois à structurer grâce à un accompagnement personnalisé de l'entreprise. C'est pourquoi les CCI d'Aquitaine mettent en place un appui individuel auprès de 60% des entreprises diagnostiquées à ce jour.

La CRCI a également mis en place des partenariats avec :

- OSEO et le Conseil Régional d'Aquitaine pour des accompagnements financiers,
- INNOVALIS pour faire bénéficier les entreprises contactées des services des conseillers spécialisés,
- l'INPI pour appuyer les P.M.E. sur les aspects de propriété industrielle et intellectuelle,
- des consultants.

Ce dossier a été réalisé avec le réseau des sept C.C.I. d'Aquitaine
Editeur : Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Aquitaine
185, cours du Médoc - B.P. 143 - 33042 BORDEAUX CEDEX
Tel : 05.56.11.94.80 - Fax : 05.56.11.94.95
www.aquitaine.cci.fr
Rédacteur en chef : Gilles GUYONNET-DUPÉRAT



Retrouvez toute l'information économique des CCI d'Aquitaine sur le site www.aquieco.com