

Définitions

Entreprises agroalimentaires

Dans cette étude, les entreprises sont entendues au sens d'unités légales (définition « juridique » de l'entreprise). Les entreprises agroalimentaires couvertes par cette publication sont :

- les entreprises du secteur des industries agroalimentaires, hors artisanat commercial : industries alimentaires (division 10 de la Naf Rév. 2 hors sous-classes 1013B, 1071B, 1071C et 1071D) et fabrication de boisson (division 11) ;

- le commerce de gros de produits agroalimentaires : commerce de gros de produits agricoles bruts et animaux vivants (groupe 462) et commerce de gros de produits alimentaires et boissons (groupe 463 hors commerce de gros de produits à base de tabac – sous classe 4635).

Innovation

Le manuel d'Oslo sur la mesure des activités scientifiques et technologiques, rédigé sous l'autorité de l'OCDE, définit quatre catégories d'innovation possibles : produits, procédés, organisation et marketing.

Innovation au sens large

Une entreprise est innovante au sens large lorsqu'elle introduit une innovation dans au moins une de ces quatre catégories d'innovation ou lorsqu'elle s'engage dans des activités d'innovation en produits ou en procédés. Une entreprise 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 l'innovation en produits ou en procédés. L'innovation non technologique correspond à l'innovation en organisation ou en marketing.

Innovation de produit

L'innovation de produit se définit comme « l'introduction sur le marché d'un produit (bien, service ou prestation) nouveau ou nettement modifié par rapport aux produits (biens ou services ou prestations) précédemment éla-

borés par l'entreprise. La nouveauté ou l'amélioration se mesurent par rapport aux caractéristiques essentielles du produit ou de la prestation, de ses spécifications techniques, des logiciels ou tout autre composant matériel ou immatériel incorporés, de l'utilisation prévue ou de la facilité d'usage. Elle exclut la revente de produits ou de prestations innovants entièrement fabriqués et développés par d'autres entreprises ».

Innovation de procédé

L'innovation de procédé se définit par « l'introduction dans l'entreprise de procédés de production, d'une méthode de fourniture de services ou de livraison de produits, nouveaux ou nettement modifiés. Le résultat doit être significatif en ce qui concerne le niveau de production, la qualité des produits ou les coûts de production et de distribution ».

Innovation d'organisation

Les innovations d'organisation concernent les innovations tenant à la structure de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la gestion des connaissances et aux relations avec les partenaires extérieurs.

Innovation de marketing

Les innovations de marketing correspondent à la mise en œuvre de concepts ou de méthodes de ventes nouveaux ou modifiés de manière significative, afin d'améliorer les qualités d'appels des produits ou de l'offre des prestations ou afin d'entrer sur de nouveaux marchés.

Activités d'innovation

Les activités d'innovation recouvrent une grande diversité d'activités qui ont pour point commun d'être entreprises spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation de produit ou de procédé : recherche-développement, acquisition de machines, équipements, logiciels et licences ; travaux d'ingénierie et de développement, design industriel, formation, activités de marketing... Une entreprise peut avoir mené une activité d'innovation sans que celle-ci ait abouti au cours de la période à une innovation effective.