



Ecole Chercheurs PSDR 25-28 mai, Carcans (33)

Quelle est l'échelle pertinente pour les territoires d'innovation? Application aux entreprises de l'agroalimentaire

Delphine Gallaud (CESAER), Michel Martin (CESAER),
Sophie Reboud (CEREN), Corinne Tanguy (CESAER)



GROUPE
ESC DIJON BOURGOGNE



La problématique du projet INNOVFIL

- **La question des liens entre les performances des entreprises et des filières en termes d'innovation et de capacité à coopérer et les caractéristiques de leur territoire**
 - Quels sont les avantages, pour une entreprise, d'être localisée en Bourgogne (comparativement à d'autres régions) ?
 - Quelles sont les ressources spécifiques (scientifiques, relationnelles, organisationnelles, institutionnelles) du territoire bourguignon ?



Plan de la présentation

Introduction : la question de recherche

**1. Les analyses théoriques : du postulat du local
au territoire d'activité et d'innovation de
l'entreprise**

2. Méthodologie

3. Résultats

Conclusion



Pourquoi s'intéresser au territoire d'innovation des entreprises ?

- **Le rôle du local dans une économie globalisée** (Porter, 1998)
- **L'affirmation de la dimension locale des processus d'innovation**
- **Des travaux nombreux** (géographie de l'innovation, économie des réseaux, économie de la proximité) **qui postulent le rôle primordial de la proximité géographique**
- **Le développement des politiques régionales d'innovation** : des SPL aux pôles de compétitivité



Pourquoi s'intéresser aux indicateurs « territorialisés » ?

- **Les indicateurs classiques de mesure de l'innovation** : la R&D, les brevets, le nombre de chercheurs...
- **Diagnostics territoriaux d'innovation au niveau des régions** (méthode Prager, 2008)
- **Limites de ces indicateurs** :
 - *mesure des inputs et outputs*
 - *biais en faveur des secteurs de haute technologie et des innovations technologiques*
 - *approche qui se réfère à l'espace administratif de la région*



Les questions abordées dans cette communication

- La dimension locale/régionale est-elle pertinente pour analyser le processus d'innovation ?
- Les réseaux constitués entre les entreprises et leurs partenaires pour innover sont-ils prioritairement locaux ?
- Où les entreprises vont-elles chercher les ressources complémentaires nécessaires pour innover ?



Analyse théorique et entrée par une dimension territoriale

- **Milieux innovateurs** (Aydalot, 1986), **districts** (Beccattini, 1990) et **SRI** (Lundvall, 1992)
- **Spillovers géographiques** (Autant-Bernard et Massard, 1999)
 - *Un postulat : le rôle du local et de la proximité territoriale*
- **Réseaux d'innovation :**
 - *Local remis en cause (Freel, 2003)*
 - *Faible importance accordée à la proximité géographique (Rojmin et alii, 2002)*



L'approche « proximités »

- **Une dissociation des proximités géographique et organisée**
(Rallet et Torre (1995), Zimmermann (2008), Torre et Caron (2002))
 - *Il y a articulation des dimensions locales et globales*
 - *La co-localisation n'aboutit pas systématiquement à la coordination*
 - *Les acteurs sont mobiles : proximité géographique permanente/temporaire*
 - *La proximité peut engendrer des effets négatifs*
- **L'entreprise, un acteur situé**
(Gilly, Torre, 2000)
 - *Capacité à mener des actions à la fois dans un espace proche et à distance*



Le territoire d'activité et d'innovation des entreprises

- **Territoire d'activité** : Ensemble des relations qu'une entreprise entretient avec ses partenaires pour développer son activité en prenant en compte la localisation des partenaires
 - ***Recouvrement territoire d'activité/Région :***
total/partiel/non recouvrement
- **Territoire d'innovation** : même définition
 - *mais à l'inverse du territoire d'activité, il n'existe pas forcément*



Comment mesurer le territoire d'innovation d'une entreprise?

- **Identifier par enquête directe l'ensemble des relations qu'une entreprise entretient pour innover** (pendant un laps de temps déterminé)
- **Exploiter les enquêtes statistiques nationales**
 - **Enquête innovation CIS4** : enquête sur les activités d'innovation des entreprises sur la période 2002-2004
 - **Enquête ERIE** : enquête sur les relations des entreprises en 2002 en détaillant 5 types de relations : les relations de production, d'approvisionnement, de commercialisation, de services et de R&D



Méthodologie

- **Les données : Enquête innovation CIS4**
 - 1085 entreprises représentatives des 3977 entreprises agroalimentaires de 10 salariés et plus
 - Entreprises innovantes et non innovantes
- **L'enquête innovation : indicateurs “moyens” au niveau de l'entreprise**
 - sur la capacité d'innovation (y compris en innovation organisationnelle et marketing)
 - Sur la localisation (région, autres régions françaises, hors France)des partenaires pour innover
- **Objectif : dresser une typologie des entreprises des IAA fonction de leur territoire d'innovation**



Typologie des entreprises des IAA fonction de leur territoire d'innovation

Dimensions	Variables retenues
Potentiel interne de R&D	R&D réalisée en interne R&D continue ou occasionnelle
Activité d'innovation	Produit, Procédé, organisation, marketing
Territoire d'innovation (technologique)	Région, autres régions, international

6 classes d'entreprises selon leur territoire d'innovation

- **Sans territoire : Classe 1** (les innovantes en organisation et marketing) et **classe 2** (les « autarciques non innovantes »)
- **Territoire étendu : Classe 3** (les “glocalisées”)
- **Territoire hors région : classe 4** (les “opportunistes”), **classe 5** (les innovantes multi réseaux) et **classe 6** (les relationnelles intra-groupe)

Classes

Potential

	63 % des entreprises		7% des entreprises	30 % des entreprises		
Classes	1	2	3	4	5	6
Potentiel d'innovation	*	*	*****	***	*****	*****
Activité d'innovation : technologique (T), organisationnelle (O), marketing (M)	O + M	*	T + M + O	T + M + O	T + M + O	T + M + O
Proportion d'entreprises ayant au moins un partenaire	**	*	*****	*****	*****	***
Importance accordée par l'entreprise à la dimension régionale	**	**	*****	*****	***	***
Financement régional de l'innovation	**	**	*****	*****	***	**
Territoire d'innovation	Sans		Étendu	Hors région		

Proportion d'entreprises : * nul, ** faible, *** moyen, ***** élevé, ***** ensemble



Quelle est la pertinence de la dimension locale dans les activités d'innovation ?

- **Le niveau du potentiel interne d'innovation influe sur sa capacité à collaborer**
 - à créer un territoire d'innovation étendu
 - à collaborer avec tous les types de partenaires
- **Le territoire d'innovation ne se superpose pas avec l'espace régional**
 - un seul groupe a des collaborations au niveau régional
- **La proximité organisée est un facteur central dans le choix du partenaire**
 - la proximité géographique est une dimension seconde



Quelle contribution du projet au développement régional?

- S'interroger sur la pertinence de la dimension régionale des réseaux et de la politique d'innovation
- Contribuer à une réflexion sur les indicateurs d'innovation (mise en place des schémas stratégiques d'innovation, Observatoires de l'innovation)
- En termes méthodologiques : mise en place d'un dispositif de recueil des données régional et national (régionalisation de l'enquête Innovation, même enquête dans 3 régions)
- Une meilleure compréhension des dynamiques sectorielles en lien avec les dynamiques territoriales