

SIREN : SIREN

Vu l'avis favorable du Conseil national de l'information statistique, cette enquête, reconnue **d'intérêt général et de qualité statistique**, est **obligatoire**. Visa n° 2013X087EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, valable pour l'année 2013. Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative. Ce questionnaire est confidentiel et destiné à l'INSEE.  
La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de l'INSEE.

## Informations sur l'entreprise

Nom ou Raison Sociale

.....

Adresse

.....

Code postal .....

Ville .....

*Nom et coordonnées de la personne ayant répondu à ce questionnaire et susceptible de fournir des renseignements complémentaires :*

Nom du correspondant : .....

Service, Titre, Fonction : .....

Téléphone : ..... Télécopie : .....

Courriel : .....

## Coordonnées du correspondant Insee

Pour tout renseignement concernant cette enquête, vous pouvez contacter :

Téléphone : Tél Gest \_

Courriel : contact-enquete-innovation@insee.fr

**INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET  
DES ETUDES ECONOMIQUES  
BP 94217  
31054 TOULOUSE CEDEX 04**

**Merci de bien vouloir retourner ce questionnaire rempli dans les meilleurs délais à l'adresse ci-dessus.**

La présente enquête collecte des informations sur les **innovations** de votre entreprise introduites au cours des trois années **2010 à 2012**. La plupart des questions portent sur l'introduction de **produits (biens ou prestations de services)**, et sur la mise en œuvre de **procédés ou de méthodes de logistique et de distribution**, nouveaux ou améliorés de manière significative. Les innovations d'**organisation** ou de **marketing** font l'objet des modules 8 et 9. Les différents concepts d'innovation sont définis au début de chacun des modules qui leur sont consacrés dans le questionnaire. De plus, des exemples d'innovation figurent dans la **notice explicative**.

## 1. Informations générales sur l'entreprise

### 1.1. En 2012, votre entreprise faisait-elle partie d'un groupe et/ou d'un réseau d'enseigne ?

- |                                                                                                      | Oui                      | Non                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - elle faisait partie d'un groupe .....                                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| a1 - si Oui, dans quel pays se trouve l'entreprise à la tête de votre groupe ? _____                 |                          |                          |
| b - elle faisait partie d'un réseau d'enseigne (y compris groupement coopératif ou mutualiste) ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b1 - si Oui, dans quel pays se trouve l'entreprise à la tête de votre réseau d'enseigne ? _____      |                          |                          |

**Si votre entreprise appartient à un groupe et/ou un réseau d'enseigne : veuillez considérer uniquement l'activité de votre entreprise (unité légale)**

### 1.2 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle ?

- |                                                                              | Oui                      | Non                      |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - fusionné avec une entreprise ou racheté une entreprise ? .....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - vendu, cessé ou externalisé certaines de ses tâches ou fonctions ? ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c - établi des nouvelles filiales en France ou ailleurs en Europe* ? .....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d - établi des nouvelles filiales en dehors de l'Europe ? .....              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### 1.3 Au cours des trois années 2010 à 2012, sur quels marchés géographiques votre entreprise a-t-elle vendu des biens ou des prestations de services ?

- |                                                      | Oui                      | Non                      | Oui                                        | Non                      |
|------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|
| a - marché local / régional en France .....          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | c - autres pays de l'UE ou associés* ..... | <input type="checkbox"/> |
| b - marché national (autres régions en France) ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | d - autres pays .....                      | <input type="checkbox"/> |

\* Autres pays de l'Union européenne (UE) et associés : Albanie, Allemagne, Autriche, Belgique, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Kosovo, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine, Malte, Monténégro, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse et Turquie.

Laquelle de ces aires géographiques représente votre marché le plus important en termes de chiffre d'affaires au cours des trois années 2010 à 2012 ? (Cochez la case correspondante) ..... a  b  c  d

## 2. Innovations de produits (biens ou prestations de services)

Une **innovation de produit** est l'introduction sur le marché d'un produit (bien ou prestation de services) **nouveau** ou **significativement amélioré** par rapport aux produits précédemment élaborés par l'entreprise au regard de ses caractéristiques essentielles, de sa convivialité (facilité d'usage), ses composants (ou son utilisation) et des éléments intégrés.

- Les innovations de produits doivent être **nouvelles pour votre entreprise**, mais il **n'est pas nécessaire qu'elles soient nouvelles pour votre marché**.
- Les innovations de produits peuvent avoir été développées à l'origine par votre entreprise ou par d'autres entreprises ou organismes.

### 2.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit :

	Oui	Non
a - <b>des biens nouveaux ou améliorés</b> de façon significative (à l'exclusion de la simple revente en l'état de nouveaux biens achetés à d'autres entreprises et des modifications exclusivement esthétiques ou de simple conditionnement) ? .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - <b>des prestations de services nouvelles ou améliorées</b> de façon significative ? .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Si vous avez répondu « Non » à chacune de ces deux questions, veuillez passer au module 3.  
Dans le cas contraire, veuillez poursuivre.**

### 2.2 Qui a développé ces innovations de produits ?

**Cochez toutes les cases pertinentes**

Innovations en : **biens**    **services**

a - votre entreprise uniquement .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organismes* .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - votre entreprise en adaptant ou modifiant des produits développés par d'autres entreprises ou organismes* .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - d'autres entreprises ou organismes* .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\* *entreprises indépendantes ou autres unités du groupe : filiales, tête de groupe, entreprises-sœurs (contrôlées par la même tête de groupe), etc. Sont également prises en compte les universités, les unités de recherche, les sociétés à but non lucratif, etc.*

### 2.3 Au cours des trois années 2010 à 2012, certaines de vos innovations de produits introduites étaient-elles :

	Oui	Non
a - <b>nouvelles pour votre marché ?</b> votre entreprise a introduit sur l'un de vos marchés avant vos concurrents un produit (bien ou prestation de services) nouveau ou amélioré de manière significative (peut-être déjà disponible sur d'autres marchés) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - <b>nouvelles uniquement pour votre entreprise ?</b> votre entreprise a introduit un produit (bien ou prestation de services) nouveau ou amélioré de manière significative qui était déjà disponible sur vos marchés chez vos concurrents .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 2.4 Estimez la part de votre chiffre d'affaires en 2012 relative (reportez-vous aux définitions précédentes) :

*Pour les établissements de crédit, estimez la part des intérêts et produits assimilés ; pour les sociétés d'assurance, estimez la part des primes brutes émises.*

a - à des produits (biens ou prestations de services) nouveaux ou améliorés de façon significative, introduits au cours des années 2010 à 2012, nouveaux pour l'un de vos marchés (Oui à 2.3.a) .....		%
b - à des produits (biens ou prestations de services) nouveaux ou améliorés de façon significative, introduits au cours des années 2012 à 2012, nouveaux uniquement pour votre entreprise (Oui à 2.3.b) .....		%
c - à des produits (biens ou prestations de services) inchangés ou modifiés de manière marginale au cours des années 2010 à 2012 (y compris revente en l'état de nouveaux biens achetés à d'autres entreprises ou prestations de services fournies par d'autres entreprises) .....		%
<b>Total</b>	<b>1   0   0</b>	<b>%</b>

### 2.5 Au cours des trois années 2010 à 2012, l'une de vos innovations de produits était-elle une nouveauté sur :

	Oui	Non	Ne sait pas
a - le marché français .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - le marché européen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - le marché mondial .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 3. Innovations de procédés

Une **innovation de procédé** est la mise en œuvre d'un **procédé de production**, d'une **méthode de distribution** ou d'une **activité de soutien** ou support **nouveaux** ou **significativement améliorés** pour vos biens/prestations de services.

- L'innovation de procédé **doit être nouvelle pour votre entreprise**, mais il **n'est pas nécessaire qu'elle le soit pour votre marché**.
- L'innovation peut avoir été développée à l'origine par votre entreprise ou par d'autres entreprises ou organismes.
- Exclure les innovations n'ayant trait qu'à l'organisation - celles-ci sont couvertes par le module 8.

### 3.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit des nouveautés ou des améliorations significatives concernant :

	Oui	Non
a - vos procédés de fabrication ou de production de biens ou de prestation de services ? .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - vos méthodes de logistique, de fourniture ou de distribution de matières premières, biens ou prestations de services ? .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - vos activités de soutien ou de support, comme les activités de maintenance, d'achat, de comptabilité ou informatiques ? ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Si vous avez répondu « Non » à chacune de ces trois questions, veuillez passer au module 4.  
Dans le cas contraire, veuillez poursuivre.**

### 3.2 Qui a développé ces innovations de procédés ?

Cochez toutes les cases pertinentes

- a - votre entreprise uniquement .....
- b - votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organismes\* .....
- c - votre entreprise en adaptant ou modifiant des procédés développés par d'autres entreprises ou organismes\* .....
- d - d'autres entreprises ou organismes\* .....

\* entreprises indépendantes ou autres unités du groupe : filiales, tête de groupe, entreprises-sœurs (contrôlées par la même tête de groupe), etc. Sont également prises en compte les universités, les unités de recherche, les instituts à but non lucratif, etc.

### 3.3 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle mis en œuvre un procédé nouveau ou amélioré de manière significative qui n'était pas disponible chez vos concurrents ? ..... Oui Non Ne sait pas

## 4. Activités d'innovation en cours ou abandonnées pour les innovations de produits ou de procédés

Les **activités d'innovation** incluent l'acquisition de machines, d'équipements, de bâtiments, de logiciels et de licences, les travaux d'ingénierie et de développement, le design industriel, la formation et le marketing s'ils sont entrepris spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation de produit ou de procédé. Elles incluent également tous types d'activités de R&D.

### 4.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle eu des activités d'innovation qui n'ont pas abouti en une innovation de produit (bien ou prestation de services) ou de procédé parce que ces activités :

- |                                                | Oui                      | Non                      |
|------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - ont été abandonnées ou suspendues ? .....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - étaient toujours en cours fin 2012 ? ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Si vous avez répondu « Non » à toutes les options des questions 2.1, 3.1 et 4.1 (votre entreprise n'a eu aucune activité d'innovation de produits ou de procédés au cours des années 2010 à 2012), veuillez passer au module 8.  
Sinon veuillez poursuivre.**

## 5. Activités, dépenses et financement pour les innovations de produits ou de procédés

### 5.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle été engagée dans les activités d'innovation suivantes :

- |                                                                                                                                                                                                                                                  | Oui                      | Non                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>a - Recherche et Développement (R&amp;D)</b>                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |
| Travaux de R&D menés afin d'augmenter le stock de connaissances ou pour résoudre des problèmes scientifiques ou techniques (y compris le développement de logiciels en interne qui entrent dans ce cadre)                                        |                          |                          |
| <b>a1 - réalisée en interne ?</b>                                                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Activités de R&D menées au sein de votre entreprise .....                                                                                                                                                                                        |                          |                          |
| Si Oui, au cours des années 2010 à 2012, ces activités de R&D ont-elles été :                                                                                                                                                                    |                          |                          |
| a1.1 - menées de façon continue (équipe de R&D interne permanente) ? .....                                                                                                                                                                       | <input type="checkbox"/> |                          |
| a1.2 - menées de façon occasionnelle ? .....                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/> |                          |
| <b>a2 - réalisée en externe ?</b>                                                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Activités de R&D effectuées par d'autres entreprises (y compris entreprises du même groupe ou du même réseau), des organismes de recherche publics ou privés .....                                                                               |                          |                          |
| <b>b - acquisition de machines, équipements, logiciels ou bâtiments</b>                                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquisition de machines perfectionnées, d'équipement, logiciels informatiques ou bâtiments pour obtenir des produits (biens, prestations de services), ou des procédés, nouveaux ou significativement améliorés .....                            |                          |                          |
| <b>c - acquisition de connaissances déjà existantes auprès d'autres entreprises ou organisations</b>                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquisition de connaissance existantes, de travaux protégés par copyright, d'inventions brevetées ou non-brevetées etc. auprès d'entreprises ou organisation pour le développement ou l'amélioration significative de produits ou procédés ..... |                          |                          |
| <b>d - formation</b>                                                                                                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formation en interne ou en externe de votre personnel, liée directement et spécifiquement aux innovations de produits (biens, prestation de services) ou de procédés (développement ou introduction de ces innovations) .....                    |                          |                          |
| <b>e - mise sur le marché de produits innovants</b>                                                                                                                                                                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Activités internes ou externe pour introduire sur le marché un bien ou service nouveau ou significativement amélioré, y compris la recherche de marché et la publicité de lancement .....                                                        |                          |                          |
| <b>f - design</b>                                                                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Activités internes ou externes pour concevoir ou modifier la forme ou l'apparence de biens ou services .....                                                                                                                                     |                          |                          |
| <b>g - autres</b>                                                                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Autres activités internes ou externes pour obtenir des produits ou procédés nouveaux ou significativement améliorés, telles que les études de faisabilité, les tests, l'achat de matériel, l'ingénierie industrielle etc. ; .....                |                          |                          |

**5.2 Combien votre entreprise a-t-elle dépensé pour chacune de ces activités d'innovation pour l'année 2012 seulement (estimation en milliers d'euros) ?**

**Inclure les dépenses courantes (y compris les coûts du travail, les activités sous-traitées et autres dépenses liées) ainsi que les dépenses de capital en bâtiments et en équipement.**

**a1 - R&D réalisée en interne**

*inclure les dépenses courantes, y compris coûts du travail et dépenses en capital sur les bâtiments et les équipements directement liées à la R&D*

k€  
en milliers d'euros

**a2 - R&D réalisée en externe**

k€  
en milliers d'euros

**b - acquisition de machines, équipements, logiciels ou bâtiments**

*exclure les dépenses liées à la R&D*

k€  
en milliers d'euros

**c - acquisition de connaissances déjà existantes auprès d'autres entreprises ou organisations**

k€  
en milliers d'euros

**d - autres activités d'innovation, y compris la formation, la mise sur le marché de produits innovants, le design et toute autre activité pertinente**

k€  
en milliers d'euros

**TOTAL DES DÉPENSES POUR LES ACTIVITÉS D'INNOVATION**

k€  
en milliers d'euros

Inscrivez « 0 » si votre entreprise n'a effectué aucune dépense d'innovation en 2012

**5.3 Au cours des trois années 2010 à 2012, pour ses activités d'innovation, votre entreprise a-t-elle reçu un soutien financier public ?**

a - subventions, prêts, avances remboursables, garantie de prêts :

a1 - des collectivités territoriales

a2 - des organismes nationaux (y compris OSEO, EUREKA, ANR et aussi ministères, Direccte, FUI...)

a3 - de l'Union européenne (FEDER, FSE, PCRD, EUROSTARS...)

a3.1 - Dans ce cas, votre entreprise a-t-elle participé au septième Programme Cadre de Recherche et Développement

b - Crédit d'impôt Recherche (CIR) et autres exonérations fiscales et sociales (JEI, JEU...)

Oui Non

**5.4 Au cours des trois années 2010 à 2012, pour ses activités d'innovation, votre entreprise a-t-elle eu recours aux autres modes de financement suivants :**

a - fonds propres ou quasi fonds propres (y compris augmentation de capital, compte courant d'associé)

b - capacité d'autofinancement (CAF), trésorerie

c - dettes (emprunts)

d - autre mode de financement

Oui Non

**5.5 Estimez la part de soutien financier public (hors CIR et autres exonérations fiscales) dans vos dépenses d'innovation en 2012 :**

Soutien financier public (hors CIR et autres exonérations fiscales)  %

**5.6 Au cours des trois années 2010 à 2012, si vous n'avez pas reçu de soutien financier public (uniquement « Non » à la Q5.3), est-ce parce que :**

a - votre demande de soutien financier public n'a pas été acceptée ?

b - vous trouviez les démarches à effectuer excessivement lourdes ?

c - vous ne saviez pas à quelles aides vous pouviez prétendre ?

d - vous ne pouviez pas remplir les conditions requises ?

e - vous n'en aviez pas besoin ?

Oui Non

**5.7 Au cours des trois années 2010 à 2012, si vous avez reçu un soutien financier public (au moins un « Oui » à la Question 5.3) :**

a - avez-vous eu des problèmes d'accès à l'information sur les financements possibles ?

b - avez-vous trouvé les démarches à effectuer excessivement lourdes ?

c - avez-vous trouvé les conditions requises exigeantes ?

Oui Non

**6. Coopération pour les innovations de produits et de procédés**

**6.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle coopéré avec d'autres entreprises ou organismes pour ses activités d'innovation ?**

La coopération est ici entendue comme la participation active avec d'autres entreprises ou institutions pour les activités d'innovation. Les deux partenaires ne bénéficient pas nécessairement commercialement de la coopération. Exclure la sous-traitance « pure » sans coopération active.

Oui  Non  (si vous avez coché Non, passez directement au module 7)

## 6.2 Si oui, avec quel(s) partenaire(s) et dans quel(s) pays ?

Plusieurs réponses possibles : cochez toutes les cases pertinentes

	Même Région que vous	France, en dehors de votre région	Autres pays d'Europe**	États-Unis	Chine ou Inde	Autres pays
a - autres entreprises de votre groupe ou de votre réseau d'enseigne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - fournisseurs d'équipements, matériels, composants, logiciels .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - clients ou consommateurs du secteur privé .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - clients ou consommateurs du secteur public* .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e - concurrents ou autres entreprises de votre secteur d'activité .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f - consultants, laboratoires commerciaux ou privés .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g - universités ou établissements d'enseignement supérieur .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h - organismes publics de R&D ou instituts privés à but non lucratif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\* Le secteur public comprend les organisations gouvernementales telles que les administrations et agences locales, régionales et nationales, les écoles, les hôpitaux, et les services publics tels que la sécurité, les transports, le logement, l'énergie etc.

\*\* Autres pays de l'Union européenne (UE) et associés : Albanie, Allemagne, Autriche, Belgique, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Kosovo, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine, Malte, Monténégro, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse et Turquie.

## 6.3 Lequel de ces partenaires a été le plus important pour les activités d'innovation de votre entreprise ?

Indiquez la lettre correspondante, (a, b, ..., h) : .....

## 6.4 Ce partenariat était-il dans le cadre d'un pôle de compétitivité ?

Oui  Non

## 6.5 Si ce partenaire (le plus important) est situé en France, indiquer le code de son département

## Sinon, ce partenaire (le plus important) est-il situé dans un pays frontalier de votre entreprise ?

Oui  Non

## 7. Compétitivité des innovations de produits et procédés de votre entreprise

### 7.1 Les méthodes suivantes ont-elles été utilisées dans l'optique de maintenir ou d'augmenter la compétitivité de vos innovations de produits et procédés introduits de 2010 à 2012 ?

	Oui	Non
a - dépôt de brevet .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - marque déposée .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - dépôt de modèle ou dessin .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 8. Innovations d'organisation

Une **innovation d'organisation** est un **nouveau mode de fonctionnement** de votre entreprise (y compris la gestion des connaissances), une **nouvelle méthode d'organisation** du travail ou de ses relations externes qui **n'étaient pas utilisés précédemment dans votre entreprise**.

- Elle doit résulter des décisions stratégiques prises par la direction.
- Exclure les fusions ou acquisitions, même si ces opérations affectent l'entreprise pour la première fois.

### 8.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit les innovations d'organisation suivantes :

	Oui	Non
a - de nouveaux modes de fonctionnement dans l' <b>organisation des procédures</b> ? (système de gestion de la chaîne d'approvisionnement, reconfiguration des processus, système de gestion des connaissances, production sur commande, systèmes de gestion de la qualité, etc.) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - de nouvelles méthodes d' <b>organisation du travail et de prise de décision</b> ? (nouvelle répartition des responsabilités / du pouvoir de décision parmi les salariés, travail d'équipe, décentralisation, intégration ou automatisation de différents services de l'entreprise, système de formation, etc.) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - de nouvelles méthodes d' <b>organisation des relations externes</b> avec d'autres entreprises ou organismes ? (mise en place pour la première fois d'alliances, de partenariats, d'externalisation d'activités ou de sous-traitance) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 9. Innovations de marketing (commercialisation)

Une innovation de **marketing** est la mise en œuvre de **concepts** ou de **stratégies de vente nouveaux** qui **diffèrent significativement des méthodes de vente existant dans votre entreprise** et qui n'avaient pas été utilisés auparavant.

- Ceci requiert des changements dans le design, l'emballage ou la présentation d'un bien ou d'une prestation des services, son positionnement, sa promotion ou son prix s'ils ont un impact significatif.
- Exclure les changements saisonniers, réguliers ou habituels dans les méthodes de marketing.

### 9.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit les innovations de marketing suivantes :

	Oui	Non
a - modifications significatives du <b>design</b> ou de l' <b>emballage</b> d'un bien ou service ? (hors modifications habituelles et/ou saisonnières, et hors modifications de caractéristiques fonctionnelles ou d'utilisation d'un produit - cf. innovation de produits) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - utilisation de nouvelles <b>techniques</b> ou de nouveaux <b>médias</b> pour la <b>promotion</b> des biens ou des services ? (par ex. première utilisation d'un nouveau média publicitaire, nouvelle marque destinée à un nouveau marché, introduction de cartes de fidélité, etc.) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - nouvelles <b>méthodes</b> (ou modifications significatives des méthodes) de <b>vente</b> ou de <b>distribution</b> ? (par ex. première utilisation du franchisage, de ventes directes ou de licences de distribution, d'exclusivités, etc.) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - nouvelles stratégies de <b>tarification</b> de vos produits ? (biens ou services) (par ex. nouvelle méthode permettant de moduler le prix d'un bien ou d'un service en fonction de la demande, promotions, etc.) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 10. Marchés publics et innovation

**10.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle fourni des biens ou services sur des marchés publics ?**

- |                                                     | Oui                      | Non                      |
|-----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - organisations du secteur public national* ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - organisations de secteur public étranger* ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

\* Le secteur public comprend les organisations gouvernementales telles que les administrations et agences locales, régionales et nationales, les écoles, les hôpitaux et les services publics tels que la sécurité, les transports, le logement, l'énergie etc.

**10.2 Si oui, votre entreprise a-t-elle eu des activités d'innovation pour fournir ces biens ou prestations de services ?**

*Inclure les activités d'innovation en produits, procédés, organisation et marketing.*

*Si votre entreprise a eu plusieurs contrats publics, cochez toutes les cases correspondantes.*

- |                                                                    |                          |                          |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - oui et l'innovation était exigée dans le contrat .....         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - oui mais l'innovation n'était pas exigée dans le contrat ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c - non .....                                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 11. Sous-traitance et innovation

**11.1 Au cours des trois années 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle eu une activité de sous-traitance comme preneuse d'ordres ?**

- |                                        | Oui                      | Non                      |
|----------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - sous-traitance de capacité .....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - sous-traitance de spécialité ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

La sous-traitance est dite de capacité dès lors que le donneur d'ordres bien qu'équipé pour exécuter un produit, confie sa réalisation à une autre entreprise (pointe momentanée de production, incident technique, désir de conserver une capacité propre dans une fabrication déterminée...).

La sous-traitance est dite de spécialité dès lors que le donneur d'ordres ne dispose pas des équipements, des matériels et de la compétence pour exécuter un produit et confie sa réalisation à une autre entreprise.

**11.2 Si oui, votre entreprise a-t-elle eu des activités d'innovation pour fournir ces biens ou prestations de services ?**

*Inclure les activités d'innovation en produits, procédés, organisation et marketing.*

*Si votre entreprise a eu plusieurs contrats de sous-traitance, cochez toutes les cases correspondantes.*

- |                                                                    |                          |                          |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a - oui et l'innovation était exigée dans le contrat .....         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - oui mais l'innovation n'était pas exigée dans le contrat ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c - non .....                                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 12. Stratégies pour atteindre les objectifs de votre entreprise

**12.1 Au cours des trois années 2012 à 2012, dans quelle mesure les stratégies suivantes étaient-elles importantes pour atteindre les objectifs de votre entreprise ?**

- |                                                                                    | Degré d'importance       |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                    | élevé                    | moyen                    | faible                   | sans objet               |
| a - développer des nouveaux marchés au sein de l'Europe* .....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - développer des nouveaux marchés en dehors de l'Europe* .....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c - réduire les coûts de fonctionnement internes .....                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d - réduire les coûts d'achat de matériaux, composants ou services .....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e - introduire des biens ou services nouveaux ou significativement améliorés ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f - intensifier ou améliorer le marketing des biens ou services .....              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g - augmenter la flexibilité ou la réactivité de votre organisation .....          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h - établir des alliances avec d'autres entreprises ou institutions .....          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

\* Autres pays de l'Union européenne (UE) et associés : Albanie, Allemagne, Autriche, Belgique, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Kosovo, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine, Malte, Monténégro, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse et Turquie.

## 13. Effectif et chiffre d'affaires 2012

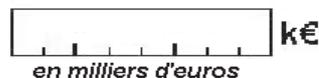
**13.1 Dans quelle tranche d'effectifs se situe votre entreprise ?**

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| a - 9 salariés au moins .....  | <input type="checkbox"/> |
| b - de 10 à 19 salariés .....  | <input type="checkbox"/> |
| c - de 20 à 49 salariés .....  | <input type="checkbox"/> |
| d - de 50 à 249 salariés ..... | <input type="checkbox"/> |
| e - 250 salariés ou plus ..... | <input type="checkbox"/> |

**13.2 Quel est le montant total du chiffre d'affaires hors taxes en 2012 (en milliers d'euros) de votre entreprise ?**

Pour les établissements de crédit, indiquez le montant des intérêts et produits assimilés ; pour les sociétés d'assurance, indiquez le montant des primes brutes émises.

Chiffre d'affaires hors taxes



Combien de temps avez-vous mis en tout pour répondre à cette enquête : \_\_\_\_\_ h \_\_\_\_\_ mn  
(recherche des données + remplissage du questionnaire) ?

**Merci d'avoir bien voulu compléter ce questionnaire.**

# Enquête communautaire sur l'innovation 2012

## Notice explicative

Les définitions de chaque type d'innovation sont rappelées en début de modules :

- innovations de **produits** : **module 2**
- innovations de **procédés** : **module 3**
- innovations d'**organisation** : **module 8**
- innovations de **marketing** : **module 9**

Dans les réponses aux modules 4 à 7, veuillez ne prendre en compte que les innovations de produits ou de procédés. Les modules 1, 10, 11, 12 et 13 sont consacrés à des généralités sur l'entreprise.

Dans tous les cas, **les nouveautés ou les améliorations sont à considérer en référence à votre entreprise en tant qu'unité légale** ; il ne s'agit pas nécessairement de nouveautés ou d'améliorations pour le marché.

Exemples d'innovations :

La liste d'innovations qui suit n'est en aucun cas exhaustive. Elle fait seulement cas d'innovations possibles déjà répertoriées, susceptibles de donner une idée plus précise à l'entreprise concernant les différentes notions d'innovation abordées dans le questionnaire.

### Module 2 et modules 4 à 7 : innovations de produits (biens ou prestations de services)

#### Innovations de biens

- Remplacement de matériaux existants par des matériaux ayant des **caractéristiques améliorées** (textiles respirants, composites légers mais solides, matières plastiques respectueuses de l'environnement, etc.) ;
- Introduction de **composants nouveaux ou améliorés** dans les gammes de produits existants (caméras dans les téléphones mobiles, systèmes de fixation dans les vêtements, ABS ou GPS dans l'automobile, etc.) ;
- Introduction d'équipements incorporant des **logiciels qui améliorent la convivialité ou la commodité**, comme les système GPS qui permettent d'identifier l'emplacement de certains types de commerces ou services ;
- Ajout de **nouvelles fonctions** : lampes de bicyclette rechargées via un port USB, poubelles qui émettent un signal lorsqu'elles sont pleines, produits pouvant se replier pour faciliter le rangement, etc.

#### Innovations de prestations de services

- **Amélioration de l'accès des clients**, par l'intermédiaire d'un *point de ramassage et de dépose pour les voitures de location* par exemple ;
- Introduction pour la première fois de **services accessibles par Internet**, comme les opérations bancaires, le paiement de factures, l'achat électronique, les sites de réseaux sociaux, etc. ;
- Introduction de **nouvelles formes de garantie**, comme par exemple une extension de garantie sur les produits neufs ou d'occasion, ou le regroupement de garanties avec d'autres services tels que les cartes de crédit, les comptes bancaires ou les cartes de fidélité ;
- Installation de chauffages à gaz dans les restaurants en plein air et les terrasses de bar.

**Remarques** : la revente en l'état de produits (biens ou prestations de services) innovants entièrement élaborés et développés par d'autres entreprises ne constitue pas une innovation.

### Module 3 à 7 : innovations de procédés

#### Procédés de fabrication ou de production

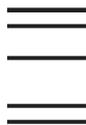
- Installation de **technologies de fabrication** nouvelles ou améliorées, telles qu'une automatisation des équipements ou l'introduction de capteurs en temps réel permettant de réguler les processus ;
- Introduction de **nouveaux équipements** requis pour la fabrication de produits nouveaux ou améliorés ;
- **Développement** de produits **assisté par ordinateur** ou autres technologies pour améliorer les capacités de recherche, telles que les équipements en bio-imagerie ;
- **Procédés plus efficaces** qui réduisent les besoins en matériaux ou en énergie par unité de production.

#### Méthodes de logistique

- Introduction de **codes-barres** ou d'**identification par radiofréquence** (RFID) pour suivre les marchandises à travers la chaîne d'approvisionnement ;
- Mise en place de **systèmes GPS de suivi** pour le matériel de transport,
- Développement d'**échanges automatisés** avec les fournisseurs en utilisant l'échange électronique de données.

#### Activités de soutien ou de support

- Introduction de logiciels pour identifier les **itinéraires de livraison optimaux** ;
- Introduction de logiciels nouveaux ou améliorés, ou routines pour les **systèmes d'achat, de comptabilité ou de maintenance**.



## Module 8 : innovations en organisation

### Nouveaux modes de fonctionnement dans l'organisation des procédures

- Introduction de normes de contrôle qualité pour les fournisseurs et sous-traitants ;
- Introduction d'incitations à la performance de groupe ou individuelle ;
- Mise en place d'un système de « télétravail » (travail à distance), ou d'un environnement de travail dans lequel l'usage du papier est exclu ou réduit en grande partie.

### Nouvelles méthodes d'organisation du travail et de prise de décision

- Modification de la **structure hiérarchique** de prise de décision ;
- Introduction d'un **système de travail à haut rendement** caractérisé par une organisation globale avec rotation des emplois, équipes auto-responsables et multitâche, une plus grande implication des employés de niveau inférieur dans la prise de décision et le remplacement de canaux verticaux de communication par des canaux horizontaux ;
- Mise en place d'un nouveau **système de formation**, avec diffusion régulière de vidéos sur le poste de travail de chaque employé décrivant les défis actuels pour l'entreprise ou permettant une mise à niveau des compétences, ceci dans le but d'améliorer la capacité des employés à discerner les problèmes et favoriser la prise de responsabilités.

### Nouvelles méthodes d'organisation des relations externes avec d'autres entreprises ou organismes

- Premier recours à des **alliances** qui nécessitent que le personnel de l'entreprise travaille en étroite collaboration avec le personnel d'une autre organisation, y compris échanges temporaires de personnel.

## Module 9 : innovations en marketing

### Modifications significatives de la présentation (apparence)

- Nouvelle **conception de produits de consommation**, (par exemple appareils conçus pour les appartements de petite surface) ;
- Création d'un **emballage spécifique selon les marchés** (par exemple, pour un même livre, couvertures et caractéristiques différentes selon que la version s'adresse aux enfants ou aux adultes).

### Utilisation de nouvelles techniques ou de nouveaux médias pour la promotion de produits (biens ou prestations de services)

- Développement de **marques déposées** pour les nouvelles lignes de produits ;
- Promotion de produits par les leaders d'opinion, célébrités, ou groupes particuliers ;
- Première utilisation du **marketing viral** (transmission par voie électronique de messages commerciaux) ou de **réseaux sociaux** afin d'assurer la promotion d'un produit.

### Nouvelles méthodes de commercialisation

- Première utilisation de **ventes en magasin seulement accessibles aux détenteurs de carte de crédit du magasin ou de carte de fidélité** ;
- Première utilisation de la **programmation dans des médias internes** à une institution spécifique comme la télévision en circuit fermé destinée aux hôpitaux, aux autobus, aux trains, ou bien des médias qui contiennent des programmes visant à stimuler les ventes de produits spécifiques ;
- Première utilisation de **marketing via e-mail, téléphone ou voie postale** en utilisant une base de données clients obtenue à partir des personnes visitant des sites Web ou inscrits en tant qu'utilisateurs fréquents ou acheteurs sur ces mêmes sites ;
- Première utilisation de la **distribution exclusive**, comme la vente de produits haut de gamme dans des magasins spéciaux.

### Nouvelles stratégies de tarification

- Première utilisation de la **tarification variable**, avec le prix variant selon le moment de l'achat, la localisation de l'acheteur, etc. ;
- Mise en place d'un **coût unitaire volontairement bas**, ceci afin de conquérir des parts de marché et d'obtenir la reconnaissance de la marque ;
- Première utilisation de **systèmes de rabais** tels que les cartes de fidélité.