

L'innovation en tant que facteur de réussite des entreprises

Statistiques en bref

INDUSTRIE, COMMERCE ET SERVICES

15/2008

Auteur

Hartmut SCHRÖR

Contenu

Principaux résultats.....	1
Introduction	1
Activités économiques (NACE)2	
Éducation.....	2
Expérience dans la gestion d'entreprise	3
Expérience dans la branche d'activité.....	3
Âge	4
Sexe.....	5
Croissance de l'entreprise.....	6

Principaux résultats

- L'innovation en matière de produits est le type d'innovation le plus courant parmi les entrepreneurs qui réussissent.
- L'innovation en matière de produits est aussi le type d'innovation le plus courant dans l'industrie et l'innovation en matière de marketing est la plus répandue dans le commerce.
- L'expérience dans la branche d'activité et la gestion joue un rôle positif à l'égard de l'innovation.
- Les jeunes entrepreneurs sont, semble-t-il, plus innovants et plus optimistes concernant l'avenir de leur entreprise que leurs aînés.
- Les entreprises qui innovent en matière de produits voient généralement le nombre de leurs salariés augmenter davantage que les autres entreprises.

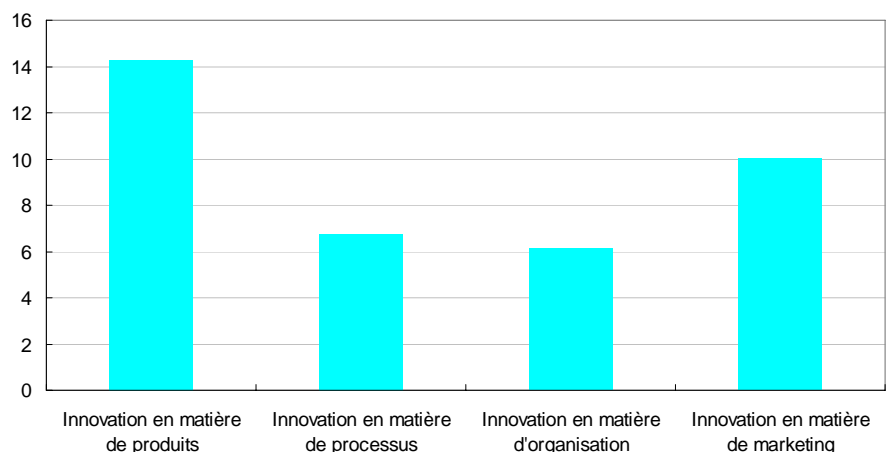
Introduction

En 2006, les résultats de l'enquête "Facteurs de réussite des entreprises" (FRE) ont été utilisés dans un numéro de "Statistiques en Bref"¹ pour décrire le profil de l'entrepreneur qui réussit et déterminer les facteurs décisifs de son succès. Le présent document s'attarde davantage sur la corrélation entre la croissance et l'innovation dans les entreprises nouvellement créées, selon la théorie de la "destruction créatrice" de Schumpeter. Cette théorie s'appuie sur une économie en progression constante, portée par l'innovation, où les entreprises très innovantes peuvent même remplacer des entreprises bien établies, mais moins novatrices.

Il convient de préciser que la population de l'enquête FRE est très différente de celle de la quatrième enquête communautaire sur l'innovation (CIS 4). Si la CIS 4 couvrirait toutes les entreprises de 10 salariés au moins, l'enquête FRE s'est concentrée sur les entreprises nouvellement créées comptant peu de salariés, voire aucun. Dans de nombreux cas, l'entrepreneur est indépendant lorsqu'il crée son entreprise. S'agissant des types d'innovation les plus répandus, l'écart entre les petites et les grandes entreprises peut être considérable. C'est principalement pour cette raison que les résultats de l'enquête FRE sur l'innovation correspondent à des appréciations personnelles des entrepreneurs interrogés.

Pour les besoins de l'évaluation de l'innovation, les entrepreneurs pouvaient choisir jusqu'à quatre types d'innovation. Ces derniers étant reliés entre eux, certains entrepreneurs innovants ont très bien pu en sélectionner plusieurs.

Figure 1: Entrepreneurs se considérant innovants, par type d'innovation (en % de tous les entrepreneurs)

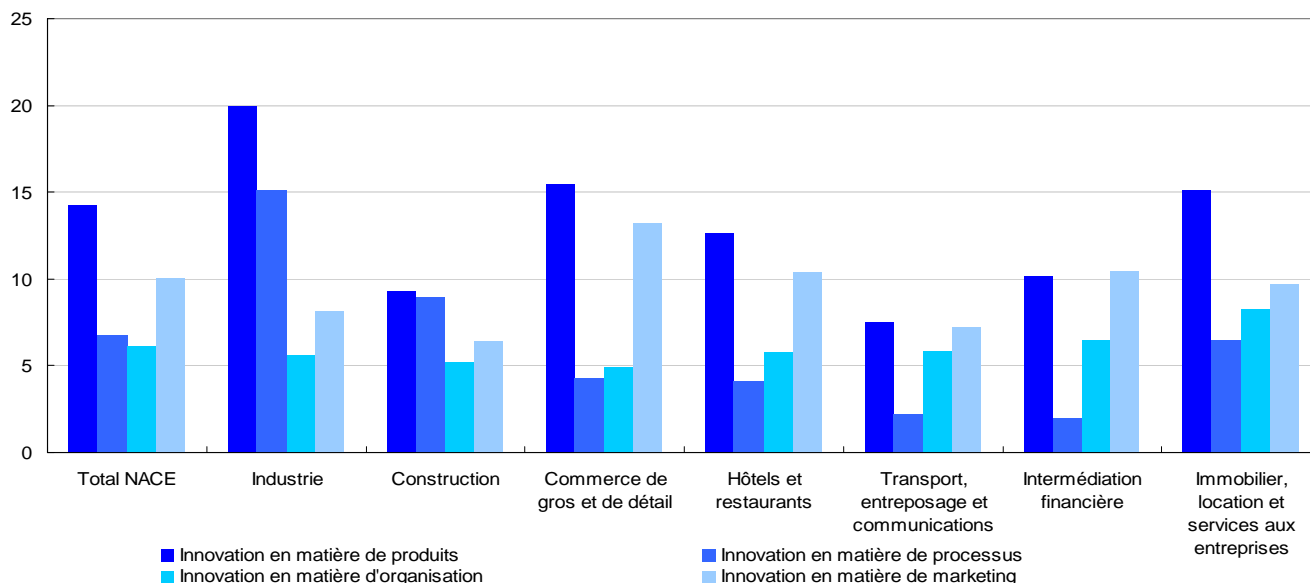


Source: Enquête FRE 2005



Activités économiques (NACE)

Figure 2: Répartition des entrepreneurs innovants par activité économique et par type d'innovation, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en % de tous les entrepreneurs)



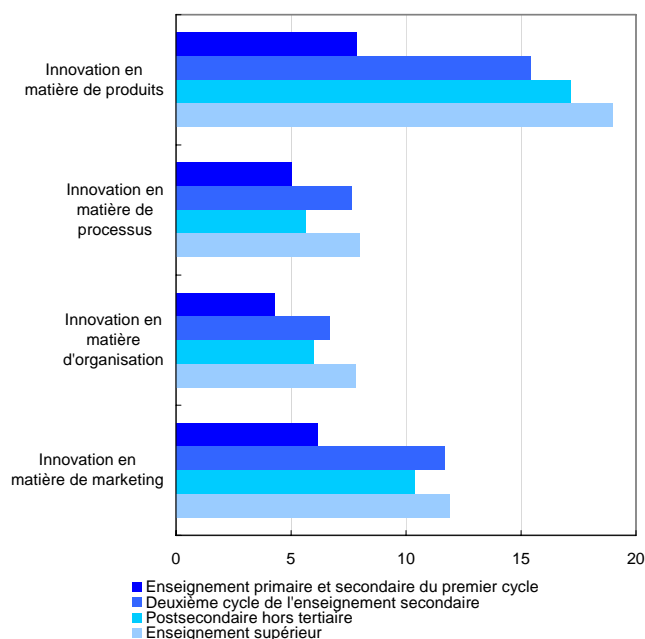
Source: enquête FRE 2005

Quelle que soit l'activité économique, l'innovation en matière de produits occupe la part la plus importante, avec 14% des entrepreneurs, suivis par les entrepreneurs innovants en matière de marketing, avec 10%. Pour tous les types d'activité économique à l'exception de l'intermédiation financière, l'innovation en matière de produits était la plus représentée. Les entrepreneurs innovants dans le domaine des produits ont enregistré le pourcentage le plus élevé (20,1%) dans

l'industrie, tandis que les innovations en matière de marketing ont atteint le plus fort taux dans les activités commerciales (13,2 %). Ce dernier type d'innovation occupe la première place dans l'intermédiation financière et la deuxième dans la plupart des activités économiques. En revanche, dans l'industrie et la construction, c'est l'innovation en matière de processus qui se hisse au second rang, juste après l'innovation en matière de produits.

Éducation

Figure 3: Types d'innovation par niveau d'éducation du fondateur, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en % de tous les entrepreneurs)



Source: enquête FRE 2005

Le niveau d'éducation influence-t-il l'innovativité des entrepreneurs? Les entrepreneurs les plus instruits sont-ils plus innovants ?

Il apparaît d'emblée que le niveau d'instruction des entrepreneurs varie selon le type d'innovation.

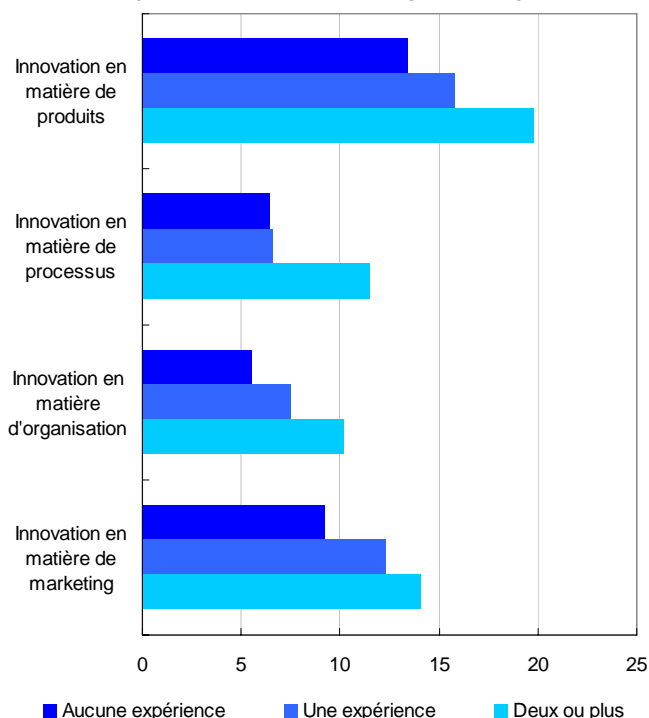
Concernant l'innovation en matière de produits, la proportion d'entrepreneurs innovants augmente avec le niveau d'éducation, mais pour les autres types d'innovation, la corrélation entre l'innovation et l'éducation est moins manifeste.

Les entrepreneurs ayant le niveau d'éducation le plus faible représentent systématiquement le pourcentage le plus bas pour tous les types d'innovation. En revanche, la proportion des entrepreneurs ayant suivi un deuxième cycle de l'enseignement secondaire et de ceux provenant de l'enseignement tertiaire est pratiquement la même pour tous les types d'innovation, à l'exception de l'innovation en matière de produits.

Ces observations permettent de conclure que si l'éducation n'est pas une condition préalable importante pour devenir un entrepreneur innovant, un bon bagage constitue toujours un atout, en particulier pour l'innovation en matière de produits.

Expérience dans la gestion d'entreprise

Figure 4: Types d'innovation selon l'expérience dans la gestion d'entreprise, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en % de tous les entrepreneurs)



Source: enquête FRE 2005

Les entreprises nouvellement créées ont notamment pour caractéristique d'être généralement très petites à leurs débuts et, dans de nombreux cas, de ne compter aucun salarié à l'exception de l'entrepreneur lui-même.

Puisque certaines de ces entreprises ne survivent pas ou sont reprises par d'autres, les entrepreneurs créent souvent plus d'une seule entreprise en un laps de temps relativement court. De ce fait, 24% des fondateurs d'entreprise, à savoir près d'un entrepreneur sur quatre, possédaient déjà une expérience de gestion lors de la création de l'entreprise dans laquelle ils travaillaient au moment de l'enquête FRE.

Le fait d'avoir dirigé une ou plusieurs entreprises au préalable semble avoir une incidence favorable, en particulier pour l'innovation en matière de produits.

Concernant les trois autres types d'innovation, l'expérience dans la gestion d'entreprise joue un rôle très positif. S'agissant toutefois de l'innovation en matière de processus, elle ne fait vraiment la différence que si l'entrepreneur a déjà créé et dirigé deux entreprises ou plus.

Expérience dans la branche d'activité

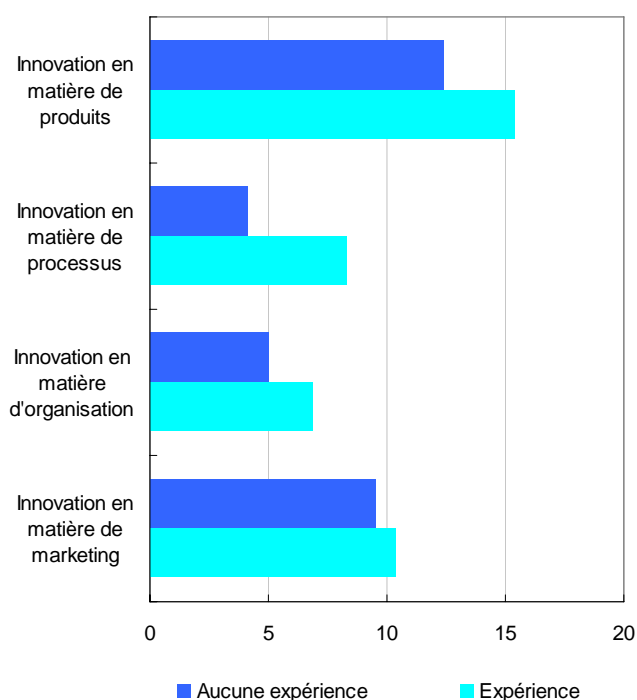
Les fondateurs d'entreprises créent souvent plus d'une seule entreprise et, dans de nombreux cas, ils ont également déjà travaillé dans la branche dans laquelle leur propre entreprise exerce son activité. Les entrepreneurs expérimentés sont manifestement majoritaires, soit 63% contre 37% qui n'ont jamais travaillé dans la branche concernée avant de créer leur propre entreprise.

La figure 5 semble indiquer que l'expérience dans la branche d'activité a, en général, une influence positive sur tous les types d'innovation. En termes relatifs, l'impact est le plus marqué pour l'innovation en matière de processus, suivie par l'innovation en matière d'organisation et de produits. Concernant l'innovation en matière de marketing, l'expérience dans la branche d'activité revêt une importance nettement moindre.

Ce résultat n'a rien de surprenant puisque les processus en particulier sont souvent spécifiques à la branche d'activité, alors qu'à l'autre bout de l'échelle, les aspects du marketing ne sont pas nécessairement liés à la branche, mais plutôt à l'entrepreneuriat en général.

L'expérience dans la branche d'activité peut même être l'élément déclencheur qui suscite chez un salarié l'idée de créer sa propre entreprise. Le salarié qui connaît bien les produits du secteur et les besoins de la clientèle peut identifier ce qui manque dans la gamme de produits pour répondre à ces besoins. L'expérience dans la branche d'activité peut contribuer à découvrir des niches et à trouver les moyens de combler ces lacunes sur le marché.

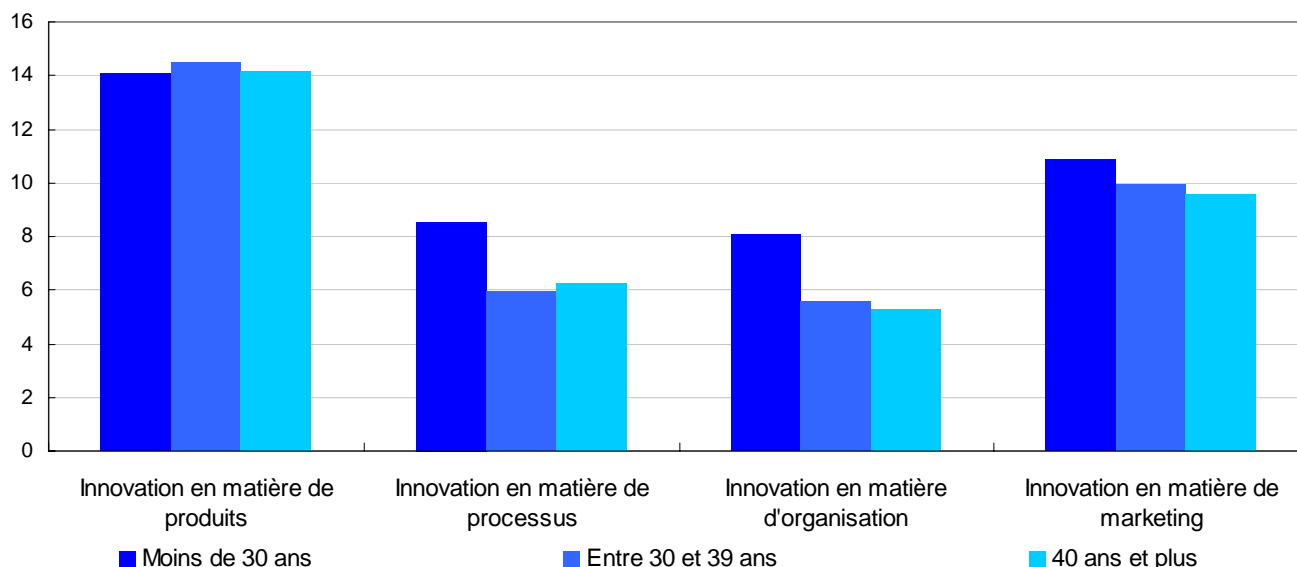
Figure 5: Types d'innovation selon l'expérience dans la branche d'activité, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en % de tous les entrepreneurs)



Source: enquête FRE 2005

Âge

Figure 6: Types d'innovation par tranche d'âge, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en % de tous les entrepreneurs)



Source: enquête FRE 2005

La figure 6 semble confirmer le lieu commun selon lequel jeunesse et innovation vont de pair. Si cette constatation paraît démentir l'incidence positive de l'expérience, il n'en demeure pas moins qu'un entrepreneur peut compter plusieurs années d'expérience dans sa branche d'activité et avoir moins de 30 ans.

En outre, un examen plus attentif de la répartition des types d'innovation par tranche d'âge révèle une situation plus complexe. La jeunesse de l'entrepreneur semble certes constituer un atout pour l'innovation en matière de processus et d'organisation, mais moins pour les deux autres types d'innovation.

Un jeune entrepreneur ayant récemment achevé ses études peut avoir des idées innovantes en raison de son niveau d'éducation. Il aura peut-être une approche plus neuve et plus fraîche quant à la manière de produire les biens et d'organiser les procédures.

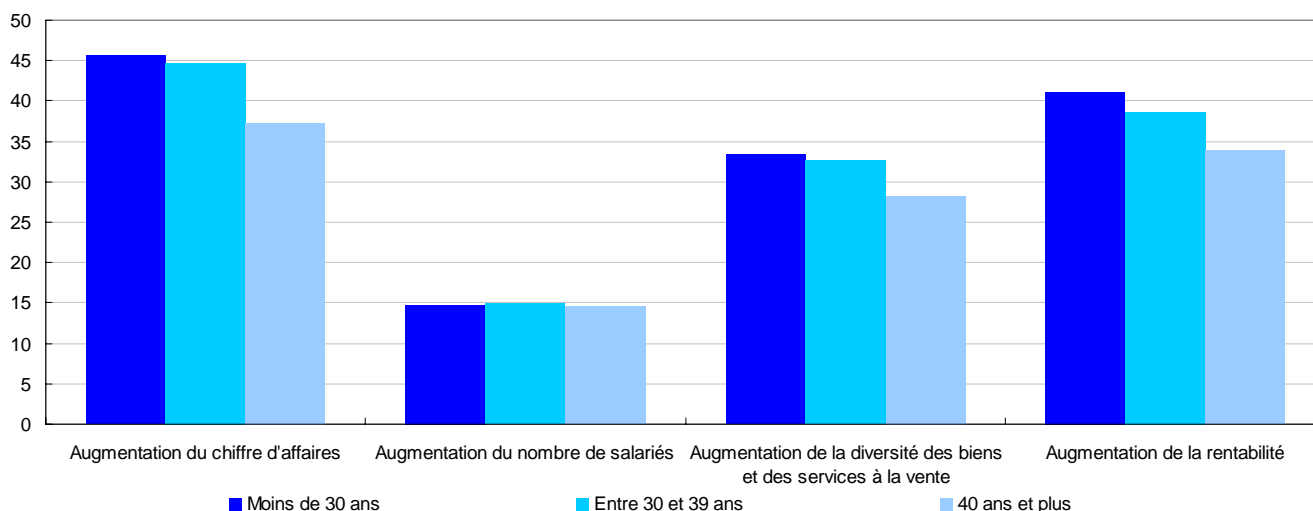
Concernant l'innovation en matière de produits et, dans une moindre mesure, l'innovation en matière de marketing, l'expérience des entrepreneurs plus âgés semble compenser le dynamisme des plus jeunes.

Il se peut aussi que l'expérience soit l'une des raisons pour lesquelles les entrepreneurs de 40 ans et plus envisagent le développement de leur activité commerciale avec moins d'optimisme (voir figure 7).

Lorsqu'il est notamment question d'augmentation du chiffre d'affaires et de la rentabilité, les créateurs d'entreprise plus âgés sont sensiblement moins présents que ceux de moins de 40 ans.

Par contre, en ce qui concerne une éventuelle hausse du nombre de salariés, les attentes sont pratiquement identiques, à savoir près de 15%, pour toutes les tranches d'âge.

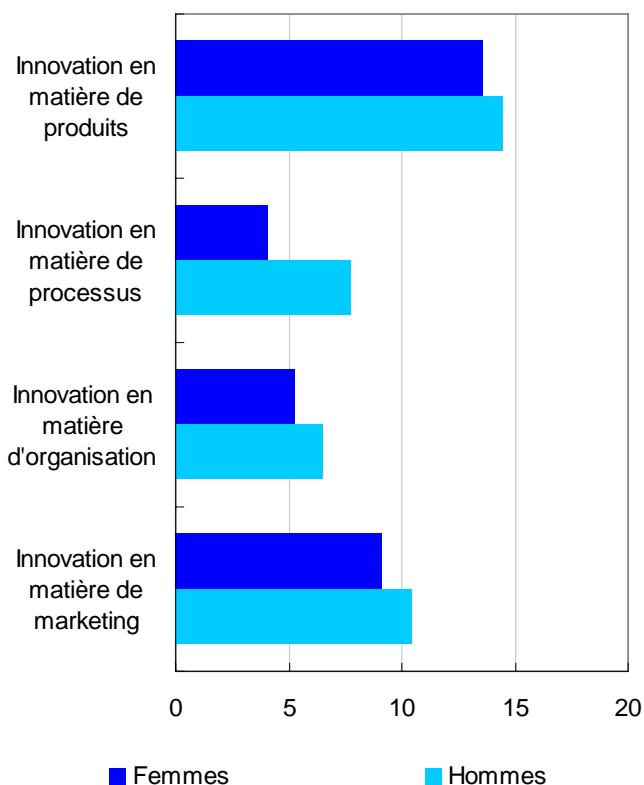
Figure 7: Évolution escomptée de l'activité de l'entreprise par tranche d'âge, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en %)



Source: enquête FRE 2005

Sexe

Figure 8: Types d'innovation par sexe, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles (en %)



Source: enquête FRE 2005

Même si les femmes sont moins nombreuses que les hommes dans tous les types d'innovation, on ne peut pas nécessairement en conclure qu'elles sont en général moins innovantes.

La proportion des femmes est la plus faible pour l'innovation en matière de processus, ce qui toutefois peut, en partie, s'expliquer par le choix de l'activité économique. Comme le montre la figure 2, les innovations en matière de processus sont surtout observées dans l'industrie et la construction. Or,

ces deux activités économiques sont celles qui comptent le moins d'entrepreneurs féminins (voir Statistiques en Bref 29/2006). La proportion de femmes est beaucoup plus grande dans les hôtels et les restaurants où le pourcentage d'entrepreneurs innovants en matière de processus est plutôt faible.

Il convient en outre de rappeler que les résultats relatifs à l'innovation reposent sur l'appréciation personnelle de l'entrepreneur.

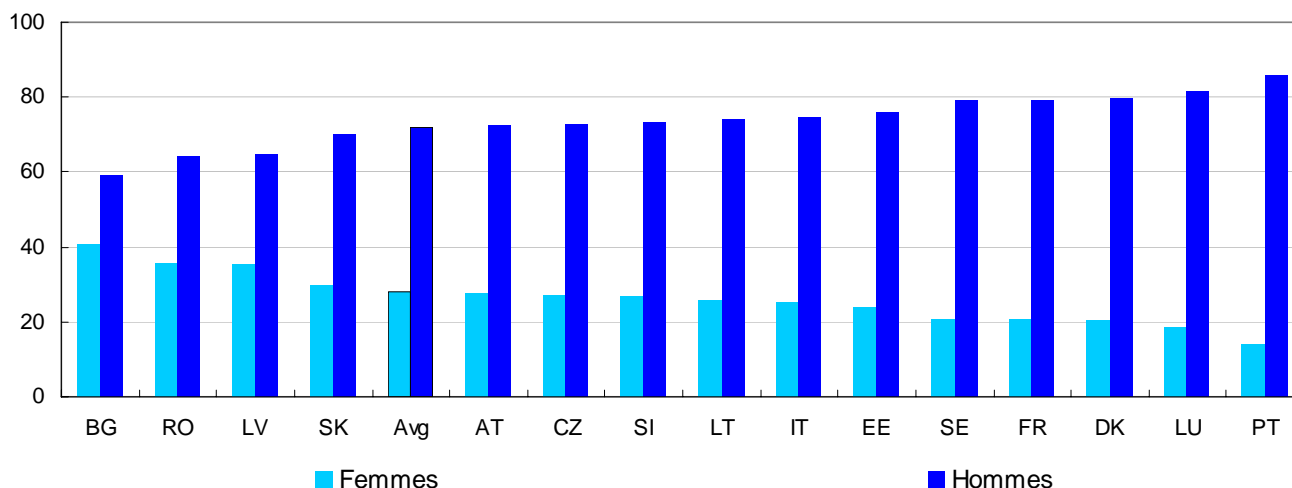
La ventilation par pays dans la figure 9 révèle de grandes variations dans la répartition femmes-hommes au niveau national, bien que les femmes soient sous-représentées parmi les entrepreneurs dans tous les pays.

Le pourcentage d'entrepreneurs féminins va de 14% au Portugal à 41% en Bulgarie. Si les femmes n'atteignent la parité dans aucun des pays représentés dans la figure 9, elles sont mieux représentées parmi les entrepreneurs des pays de l'Est que parmi ceux des pays de l'Ouest. Les quatre États-membres qui dépassent la moyenne européenne de 28% parmi les pays disponibles, à savoir la Bulgarie, la Roumanie, la Lettonie et la Slovaquie, ont tous rejoint l'UE lors des élargissements de 2004 et 2007.

Ce résultat correspond aux statistiques sur la science et les technologies et sur l'enseignement supérieur, qui montrent, dans ces secteurs, des pourcentages de femmes plus élevés dans les États-membres d'Europe de l'Est que dans les pays d'Europe de l'Ouest.

La figure 9 est légèrement biaisée par la structure de la population interrogée, à l'instar peut-être d'autres chiffres publiés dans le présent document. Elle montre non seulement la ventilation nationale par sexe, mais peut aussi refléter la structure de la population ciblée par l'enquête FRE. Une comparaison entre la population ciblée par l'enquête FRE et la population active de l'enquête sur les forces de travail (EFT) montre une répartition différente. Si les femmes composent 43% de la population active, elles représentent seulement 28% des entrepreneurs selon l'enquête FRE.

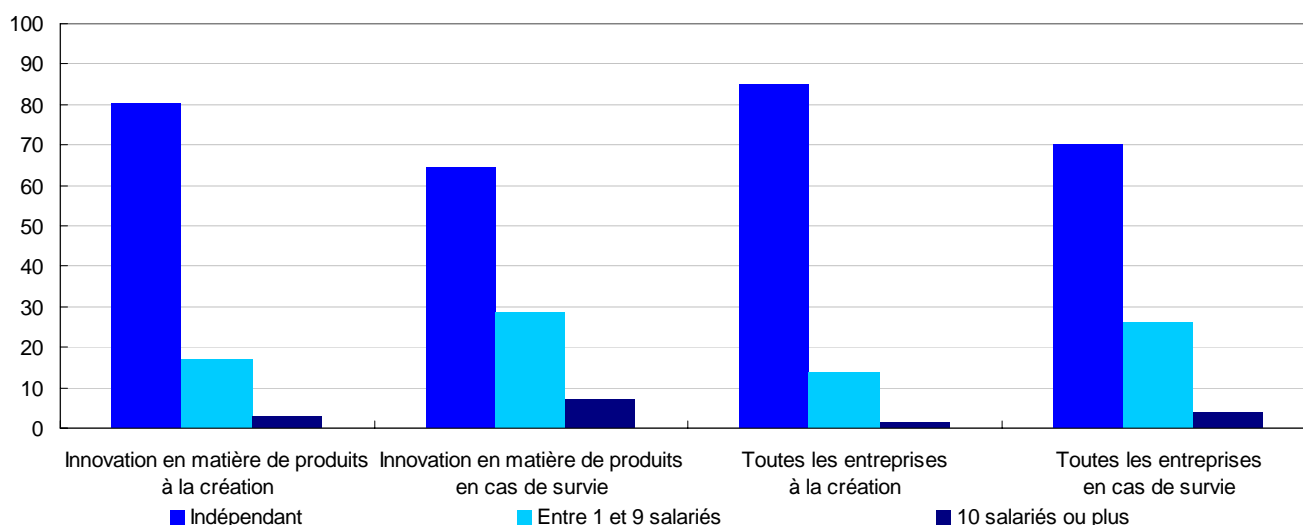
Figure 9: Ventilation des entrepreneurs par sexe et par pays, en %



Source: enquête FRE 2005

Croissance de l'entreprise

Figure 10: Comparaison entre les entreprises innovantes en matière de produits et l'ensemble des entreprises, lors de leur création (2002) et en cas de survie (2005), par classe de taille, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles, en %



Source: enquête FRE 2005

Les entreprises interrogées étaient majoritairement très petites lors de leur création. En moyenne, plus de 80% des entrepreneurs ont lancé leur entreprise sans salarié. Il convient de signaler que les moyennes risquent d'être biaisées du fait que l'économie la plus vaste incluse dans le calcul de la moyenne est l'Italie. Or, l'économie italienne a pour particularité de posséder un pourcentage très élevé de petites entreprises, souvent à caractère familial.

Par rapport à l'ensemble des entreprises, les entreprises innovantes étaient légèrement plus grandes lors de leur création. Ainsi, 2,8% des entreprises innovantes en matière de produits employaient 10 salariés ou plus au moment de leur création, contre 1,4% de l'ensemble des entreprises.

La comparaison des deux groupes semble indiquer qu'en cas de survie, les entreprises innovantes en matière de produits ont connu une croissance plus rapide en termes de salariés. La part des "indépendants" dans l'ensemble des entreprises a baissé de 84,8% à 70,1%. Elle a chuté encore davantage dans les entreprises innovantes en matière de produits, passant de 80,2% à 64,4%.

Le tableau 1 fournit les mêmes informations que la figure 10, tout en incluant les trois autres types d'innovation.

La croissance des entreprises impliquées dans l'un ou l'autre type d'innovation est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises interrogées.

Les entreprises qui se déclarent innovantes en matière d'organisation étaient les plus grandes lors de leur création. Elles sont aussi celles dont la taille a augmenté le plus en comparaison des entreprises actives dans les autres types d'innovation. La part des indépendants a diminué de 78,5% à 60,5%, tandis que la proportion de la classe de taille de 1 à 9 salariés a progressé de 11,1% et que la part des entreprises les plus grandes (10 salariés ou plus) a gagné 7%. Toutefois, comme nous l'avons déjà mentionné, un entrepreneur qui affirme innover en matière d'organisation peut aussi participer à d'autres types d'innovation.

Tableau 1: Ventilation des entreprises par type d'innovation, pour l'ensemble des entreprises, lors de leur création et en cas de survie, par classe de taille, moyenne des pays pour lesquels des données sont disponibles, en %

	Innovation en matière de produits	Innovation en matière de processus	Innovation en matière d'organisation	Innovation en matière de marketing	Toutes les entreprises	
A la création	Indépendant	80,2	81,8	78,5	80,6	84,8
	Entre 1 et 9 salariés	17,0	15,3	18,6	16,8	13,8
	10 salariés ou plus	2,8	2,9	2,9	2,6	1,4
En cas de survie	Indépendant	64,4	65,8	60,5	66,3	70,1
	Entre 1 et 9 salariés	28,6	24,4	29,7	25,9	26,1
	10 salariés ou plus	7,0	9,8	9,8	7,6	3,9

Source: enquête FRE 2005

➤ CE QU'IL FAUT SAVOIR – NOTES METHODOLOGIQUES

Couverture

L'enquête « Facteurs de réussite des entreprises » a été menée par 15 États-membres de l'Union européenne (BG, CZ, DK, EE, FR, IT, LV, LT, LU, AT, PT, RO, SI, SK et SE).

Les résultats de cette enquête permettent de dresser un tableau des facteurs qui influencent la réussite et la croissance des entreprises nouvellement créées, notamment en étudiant les motivations qui poussent les entrepreneurs à se mettre à leur propre compte, les obstacles et les risques rencontrés au cours des premières années d'existence de l'entreprise, la situation actuelle de l'entreprise et les plans de développement futur.

Moyenne

Pour chaque jeu de données, la moyenne pondérée est calculée sur la base des 10 pays pour lesquels le plus de données étaient disponibles. Il s'agit de CZ, DK, IT, LT, LU, AT, SK, SE, BG et RO, EE, PT, LV et SI n'y ont pas été inclus parce que certaines de leurs données sont confidentielles. De nombreux agrégats n'auraient, par conséquent, pu être publiés. Les données françaises n'ont pas été incluses dans la moyenne, car elles sont issues d'une enquête analogue menée de manière indépendante (SINE), qui ne recoupe que partiellement l'enquête FRE.

Caractéristiques

Le jeu de données se concentre sur les sujets suivants, ayant trait aux entreprises nouvellement créées :

- Conditions de lancement de l'entreprise, p. ex. financement, soutien, difficultés rencontrées au cours de la phase de démarrage.
- Profil de l'entrepreneur-fondateur, tel que son âge, son sexe, sa formation, son expérience antérieure et sa motivation à créer sa propre entreprise.
- Situation actuelle de l'entreprise, par exemple en termes de position sur le marché, de potentiel de croissance, d'emploi et de chiffre d'affaires.
- Perspectives futures de l'entreprise telles qu'évaluées par l'entrepreneur.

Population cible

La population cible de l'enquête se définit, conformément aux concepts du recueil de données sur la démographie des entreprises, comme toute entreprise créée en 2002 qui était toujours en activité en 2005 et était toujours dirigée par son patron d'origine ou par son fondateur.

Unités statistiques

L'unité statistique est l'entreprise. En pratique, beaucoup de pays fournissent des données sur la base d'entités légales qui, dans la plupart des cas, coïncident avec les entreprises.

Source de données

Les données ont généralement été recueillies par les instituts statistiques nationaux par le biais d'une enquête menée auprès des entreprises. La taille d'échantillons était comprise entre 2000 et 4000 entreprises dans la plupart des pays.

Toutefois, il est possible qu'il existe certains écarts d'un pays à l'autre en termes de couverture. Différentes sources administratives, selon la législation nationale, ainsi que des enquêtes préexistantes ont été utilisées pour mettre à jour les répertoires d'entreprises.

Définitions

Innovation en matière de produits

Introduction de marchandises et/ou de services nouveaux et considérablement optimisés sur le plan de leurs caractéristiques fondamentales, de leurs spécifications techniques, des logiciels incorporés ou d'autres composants immatériels, de leurs usages prévus ou de leur convivialité.

Innovation en matière de processus

Mise en œuvre de technologies de production nouvelles et considérablement optimisées ou de méthodes nouvelles ou considérablement optimisées permettant de fournir services et produits.

Innovation en matière d'organisation

Lancement d'une organisation de gestion nouvelle ou considérablement améliorée.

Innovation en matière de marketing

Introduction d'une manière nouvelle ou considérablement améliorée de vendre des marchandises ou services.

Création d'entreprise

Une création d'entreprise correspond à la création d'une combinaison de facteurs de production, avec la restriction qu'aucune autre entreprise n'est impliquée dans l'événement.

Survie d'entreprise

Une survie d'entreprise se produit si une entreprise est active en termes d'emploi et/ou de chiffre d'affaires au cours de l'année de sa création et de l'année ou des années suivante(s).

Classification internationale type de l'éducation - CITE

CITE 1-2:	Enseignement primaire et secondaire du premier cycle
CITE 3:	Deuxième cycle de l'enseignement secondaire
CITE 4:	Postsecondaire hors tertiaire
CITE 5-6:	Premier et deuxième cycles de l'enseignement supérieur

Activités économiques - NACE

Les jeux de données sont répartis en 9 groupes d'activités NACE Rév. 1.1.

C à E	Industrie
C à K, sauf 74.15	Industrie et services hors administration publique et activités de gestion de holdings
F	Construction
G	Commerce de gros et de détail ; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques
G à K, sauf 74.15	Services hors administration publique et activités de gestion de holdings
H	Hôtels et restaurants
I	Transport, entreposage et communications
J	Intermédiation financière
K sauf 74.15	Immobilier, location et services aux entreprises, hors activités de gestion de holdings

Abréviations

CIS 4	Quatrième enquête communautaire sur l'innovation
FRE	Facteurs de réussite des entreprises


Pour en savoir plus :

Données :

Industrie, commerce et services

 Industrie, commerce et services - vue horizontale

 Thèmes spéciaux de Statistiques Structurelles d'Entreprises

 Facteurs de réussite des entreprises

-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées par l'âge de l'entrepreneur
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées selon l'expérience dans le domaine
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées par niveau d'éducation de l'entrepreneur
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées selon l'expérience à diriger une entreprise
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées par sexe de l'entrepreneur
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées par taille de l'entreprise à sa création (nombre de salariés)
-  Entreprises dirigées par le créateur - ventilées par la taille de l'entreprise encore existante (nombre de salariés)

Les journalistes peuvent contacter le service média support :

Bâtiment BECH, Bureau A4/125
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408
Fax (352) 4301 35349

E-mail: eurostat-mediasupport@ec.europa.eu

European Statistical Data Support :

Eurostat a mis en place, conjointement avec les membres du "Système statistique européen", un réseau de centres d'appui, qui couvrira presque tous les États membres et certains pays de l'AELE.

La mission de ces centres sera d'aider et d'orienter les utilisateurs qui se procureront des données statistiques européennes sur l'internet.

Vous trouverez sur notre site internet des informations sur ce réseau de centres d'appui :
<http://ec.europa.eu/eurostat/>

Une liste des bureaux de vente dans le monde est disponible à :

l'Office des publications officielles des Communautés européennes.

2, rue Mercier
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.europa.eu>
E-mail: info@publications.europa.eu

Le présent document a été rédigé conjointement avec Gesina Dierickx et Paulina Hojny.