



Compte-rendu de l'atelier du 13 février 2013 sur L'innovation et la R & D dans les industries agroalimentaires

Pilotes : M. Pascal FLEUREAU – EURIAL, M. Jean-François CRETET - LES RUCHERS DU GUE

Copilote : M. Philippe BOIRON – CRITT Agroalimentaire

Secrétaires : Mme Valérie DUTRUEL (DRAAF), M. Dominique COUTEAU (Région Poitou-Charentes).

Présents : 22

- industriels : 4
- administrations : 6
- réseaux : 8
- institutionnels : 4

Thématique de l'atelier : Innovation et la R & D dans les industries agroalimentaires

Questions abordées :

- Comment développer une culture et une stratégie de R & D et d'innovation dans l'entreprise?
- Comment faciliter l'accès des IAA aux informations sur les évolutions technologiques et les marchés ?
- Comment faciliter le transfert de connaissances entre la recherche et les entreprises et créer de véritables synergies avec l'ensemble des centres de compétence ?
- Comment financer l'innovation et la R&D ?
- Comment protéger l'information stratégique de l'entreprise?
- Comment favoriser l'émergence de projets collaboratifs réunissant différents acteurs (entreprises, formations, centres techniques, laboratoires, centres de recherches,...) et permettant d'accéder à des sauts technologiques ?

Témoignage de M. Pascal FLEUREAU – EURIAL

Eurial valorise le lait des producteurs de quatre coopératives, Colarena Presqu'île, Poitouaine, UCAL et la Laiterie Coopérative du pays de Gâtine, et le transforme en plusieurs familles de produits : les fromages de chèvre et de vache, le beurre, la crème, les produits laitiers biologiques, les fromages ingrédients prétranchés surgelés, les ingrédients laitiers (caséines, poudres, mélanges fonctionnels).

Le groupe, employant 1 900 personnes sur 14 sites, possède une Structure R & D de 15 personnes réparties sur les différents sites, qui développe environ 30 projets par an dont 4 à 5 innovations produits.

L'innovation constitue un élément fort de la compétitivité du groupe et les nouveaux produits lancés depuis 10 ans génèrent environ 40% du chiffre d'affaire actuel. Elle constitue un axe stratégique de l'entreprise et est accompagnée de développement marketing et de moyens commerciaux adaptés. L'innovation est réalisée parallèlement dans les domaines des procédés et des produits et concerne tous les marchés (GMS, restauration...). La démarche est de plus collaborative et partenariale avec les clients, les fournisseurs, les centres interface (ex : CRITT), OSEO, les centres techniques (Actilait) et le consortium Philolao de Surgères. Ces démarches également développées dans le cadre du pôle aliments & Santé permettent la mutualisation des données scientifiques et l'initiation de projets collaboratifs avec d'autres entreprises (notamment dans le cadre de la sous-traitance).

Témoignage de M. Jean-François CRETET - LES RUCHERS DU GUE

La société « Les Ruchers du Gué » est une PME de 12 personnes qui valorise, conditionne et commercialise une soixantaine de références de miels et produits dérivés du miel (miels de cuisine, pains d'épices, bonbons, confitures..).

La société a été créée en 2000 et opère alors dans un champ très concurrentiel. Afin de booster les ventes, la société cherche à créer des produits différents qui se vendraient dans d'autres rayons que le rayon miel. Des essais de mélanges sont réalisés, puis des recherches sur comment conserver les propriétés intrinsèques du miel sans additifs. Un travail sur la naturalité est commencé dès 2006 suite à la rencontre de XTC au SIAL. En 2008 les premières innovations sont présentées au SIAL et les ruchers du gué remportent le grand prix des tendances 2008, 2010 et 2012.

En interne, 3 ou 4 personnes travaillent sur l'innovation, laquelle génère environ 20% des ventes, ce qui assure le développement et la vente des produits, la diminution de la perte des clients et une marge supérieure sur les produits innovants.

Thème 1 : Comment développer une culture et une stratégie de R & D et d'innovation dans l'entreprise?	
Constats et analyse des constats	Actions proposées
L'innovation nécessite la mise en œuvre d'une stratégie d'entreprise dans laquelle le chef d'entreprise s'investit, car l'ensemble de l'entreprise est concerné par cette démarche de compromis entre les différents processus (production, commercial...).	Faciliter l'accès aux dispositifs existants et améliorer ces dispositifs : convaincre les dirigeants, développer le conseil stratégique (notamment le diagnostic type Acama) et l'accompagnement, former et développer les compétences. Le développement de démarches partenariales et collaboratives est une solution pour les PME et TPE.
Si certains chefs d'entreprises sont convaincus de l'intérêt de l'innovation et de la R & D, d'autres restent sceptiques et difficiles à convaincre. Le travail de proximité (notamment par les conseillers technologiques spécialisés du CRITT IAA et des conseillers généralistes du RDT) est alors primordial.	Création de modules de formation / sensibilisation permettant aux chefs d'entreprises de PME de prendre conscience des enjeux et des contraintes liées à l'innovation.
Il est nécessaire de revoir le cycle de l'innovation et de le débiter par une démarche de connaissance du marché, des clients et de leurs attentes afin de	Soutenir les formations et les démarches de renforcement des compétences

<p>générer des idées. La démarche marketing devrait précéder la démarche R & D. Cependant, de nombreuses entreprises agroalimentaire, du fait de leur taille, ne possèdent ni service marketing ni R & D. Cependant, la démarche peut être démystifiée par la participation à des salons, à des concours de l'innovation et par la réalisation de tests consommateurs en GMS dans des rayons spécifiques innovations.</p> <p>De plus, la taille des entreprises ne permet souvent pas de consacrer le temps nécessaire à la démarche. Différents dispositifs permettent de palier cette contrainte : travail collaboratif coordonné par un centre d'innovation, un cluster tel le Pôle Aliments & Santé, stage ou mémoire d'un étudiant (pulpe sur La Rochelle, Prim'innov...).</p>	internes (R&D-Marketing)
<p align="center">Thème 2 : Comment faciliter l'accès des IAA aux informations sur les évolutions technologiques et les marchés ?</p>	
<p>Des veilles et des outils de veille existent déjà (CRITT agroalimentaire, Radar info de la CCI, veille export payante par Ubifrance et CCIR).</p> <p>La veille technologique et technique nécessite un investissement important en temps de travail. Les financements par projets ne permettent pas de pérenniser les outils de veille.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer le dispositif de veille technologique, et développer des approches par filières • Développer la mutualisation de la veille ; • Créer de nouveaux outils de veille ou faciliter l'accès à des dispositifs existants, en élargissant également aux attentes des consommateurs et des marchés.
<p align="center">Thème 3 : Comment faciliter le transfert de connaissances entre la recherche et les entreprises et créer de véritables synergies avec l'ensemble des centres de compétence ?</p>	
<p>La recherche fondamentale est difficilement traduite en termes de développements industriels et les entreprises ne sont pas en capacité de la réaliser.</p> <p>Des dispositifs permettent de compenser ce déficit, par exemple, le chèque innovation permet de recruter un centre de compétence pouvant réaliser un état de l'art et expertiser le lien entre la recherche fondamentale et le développement industriel. De même, les centres de transfert de technologie assurent le lien entre les entreprises et les centres de recherche.</p> <p>Il est également possible d'accueillir des étudiants en stage sur des sujets d'innovation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Développer les échanges entre la recherche fondamentale et les industriels afin d'orienter les recherches en fonction des attentes des marchés ; • Renforcer le rôle proactif des centres de transfert pour transférer les informations (et les traduire) de la recherche vers les industriels, permettant l'initiation de projets de développement au sein des filières ; • Développer les stages et l'apprentissage dans le domaine de la recherche, en créant des dispositifs incitatifs et en faisant connaître aux entreprises les dispositifs existants.

Thème 4 : Comment financer l'innovation et la R&D ?

Les démarches préalables à l'innovation et la R & D nécessitent d'être financées : études de marché, études marketing.

Des dispositifs d'accompagnement existent aujourd'hui, notamment par l'intermédiaire de l'ADIT (cabinet d'intelligence économique) ou du RDT.

L'innovation nécessite également de renforcer les compétences en interne. Les dispositifs concernant l'emploi aidé sont une aide fondamentale, il serait intéressant d'imaginer un dispositif spécifique aux IAA et de le faire connaître aux entreprises.

Cependant, l'innovation devant être une démarche intégrée à la stratégie de l'entreprise, la demande d'emploi aidé doit elle-même faire partie d'un projet stratégique global.

Apporter des aides publiques dans les domaines :

- études de faisabilité et approches préalables de projets (technologique, marchés, marketing...) ;
- renforcement des compétences et des réseaux ;
- investissements nécessaires pour application ;
- innovation pour export ;
- renforcement des compétences internes (R&D, marketing)
-

Simplifier l'accès et la mobilisation des outils de financement.

Thème 5 : Comment protéger l'information stratégique de l'entreprise?

Les modalités de protection de l'information stratégique de l'entreprise (brevets, recettes, marques déposées...) sont peu connues des chefs d'entreprises qui, notamment, en surévaluent le coût. Ainsi le dépôt d'une marque communautaire coûte 900 € pour 10 ans et d'un brevet 268 € (hors étude préalable d'un coût estimatif de 5 000 €).

Or, la protection a différents avantages. Notamment, la communication sur les brevets déposés est un gage de sérieux et peut également décourager les concurrents de développer un produit similaire. De même, la protection de la marque à l'export permet de s'assurer contre son utilisation détournée par des entreprises étrangères.

Egalement, la démarche préalable permet de réaliser un bilan et est une source d'informations importantes, qui peuvent parfois réorienter le projet, s'il s'avère que le produit existe déjà.

Les brevets bénéficient du crédit d'impôt recherche (CIR).
<http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/politique-et-enjeux/competitivite/fiscalite/credit-impot-recherche>

- Informer sur les possibilités et sur le coût des brevets et autres car ces dispositifs sont mal connus des chefs d'entreprises, notamment par le témoignage d'entreprises ;
- Développer les démarches de pré-diagnostic financées par l'INPI, car elles sont sources d'informations qui peuvent réorienter le projet d'origine.

Thème 6 : Comment favoriser l'émergence de projets collaboratifs réunissant différents acteurs (entreprises, formations, centres techniques, laboratoires, centres de recherches,...) et permettant d'accéder à des sauts technologiques ?	
<p>La collaboration peut être envisagée de deux façons :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inter filières pour aller chercher des compétences extérieures, par exemple par association entre l'agroalimentaire et l'industrie des emballages ; • Entre entreprises de la même filière ou du même secteur. <p>Le dispositif d'aide aux projets collaboratifs est actuellement remis en cause, or la mutualisation des moyens est le seul biais permettant aux petites et moyennes entreprises d'accéder à l'innovation et à la R & D.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les entreprises à leur intérêt ; • Renforcer les structures d'accompagnement dédiées ; • Développer des dispositifs de soutien incitatif. • Développer les liens entre les différents pôles ou centre de compétences, afin de faciliter les échanges d'informations, la mutualisation de certaines actions et l'initiation de projets.