



Numéro 42 - avril 2018

L'innovation dans les entreprises agroalimentaires

Jeanne-Marie Daussin

SSP - Bureau des statistiques des industries agricoles et alimentaires



Sommaire

Résumé	2
Les industries agroalimentaires, parmi les plus innovantes	3
Plus de 80 % des entreprises des secteurs de la fabrication de boissons, de la transformation de poissons et des autres produits alimentaires innovent	4
La proportion d'entreprises innovantes augmente ; les innovations technologiques se développent	5
96 % des industries agroalimentaires qui ont innové en produit déclarent avoir introduit des biens nouveaux sur la période 2012-2014	6
La recherche et développement interne : un recours particulièrement important dans les industries agroalimentaires	9
Les dépenses liées à l'innovation, plus faibles dans l'industrie agroalimentaire que dans l'industrie manufacturière	10
Les entreprises exportatrices, plus innovantes que les autres	11
Le soutien financier public, plutôt tourné vers les grandes entreprises	12
Plus de dépôt de marques que de brevets	12
En Europe, la France se situe dans la moyenne du secteur des industries alimentaires	13
Annexe 1 : Source L'enquête communautaire sur l'innovation (Community Innovation Survey CIS)	16
Annexe 2 : Définitions	17
Annexe 3 : Déterminants de la propension à innover entre 2012 et 2014	19

Résumé

Entre les périodes 2010-2012 et 2012-2014, le taux d'innovation dans les industries agroalimentaires françaises a augmenté sensiblement, de 61 % à 69 %, porté par les innovations technologiques. Entre 2012 et 2014, plus de la moitié des industries alimentaires ont innové technologiquement. Les secteurs les plus innovants sont ceux des boissons, de la

transformation et conservation de poissons, ou encore la fabrication d'autres produits alimentaires. L'innovation est plus fréquente dans les industries agroalimentaires que dans les industries manufacturières (69 % contre 48 %), mais les entreprises agroalimentaires innovantes dépensent relativement moins pour l'innovation (1,3 % du chiffre d'affaires contre 3,4 %). Les

entreprises agroalimentaires innover plus souvent en *marketing* et déposent plus de marques mais moins de brevets que celles de l'industrie manufacturière. La présence de l'entreprise à l'exportation ou la taille de l'entreprise favorise l'innovation dans les industries agroalimentaires davantage que dans l'industrie manufacturière.

Abstract

Between the 2010-2012 and 2012-2014 periods, the innovation rate in the French agri-food industrial activities (manufacture of food products and beverages) increased significantly, from 61% to 69%, driven by technological innovations. Between 2012 and 2014, more than half of the food industries innovated

technologically. The most innovative sectors are beverages, fish, crustaceans and molluscs processing and preservation, and the manufacture of other food products. Innovation is more common in agri-food industries than in manufacturing (69% vs. 48%), but innovative agribusinesses spend relatively less money on innovation (1.3%

of turnover vs. 3.4%). Agri-food enterprises are more often innovating in marketing and filing more brands but registered fewer patents than those in the manufacturing industry. The company's export presence or firm size encourages innovation in agri-food industries more than in manufacturing activities.

Entre 2012 et 2014, 69 % des entreprises de plus de 10 salariés du secteur des industries agroalimentaires ont innové dans au moins une des catégories d'innovations. Une entreprise peut avoir créé ou amélioré significativement au moins un produit (innovation de produits), introduit ou modifié un procédé de production (innovation de procédés), un mode d'organisation (innovation d'organisation) ou une stratégie de commercialisation (innovation de marketing).

Les industries agroalimentaires, parmi les plus innovantes

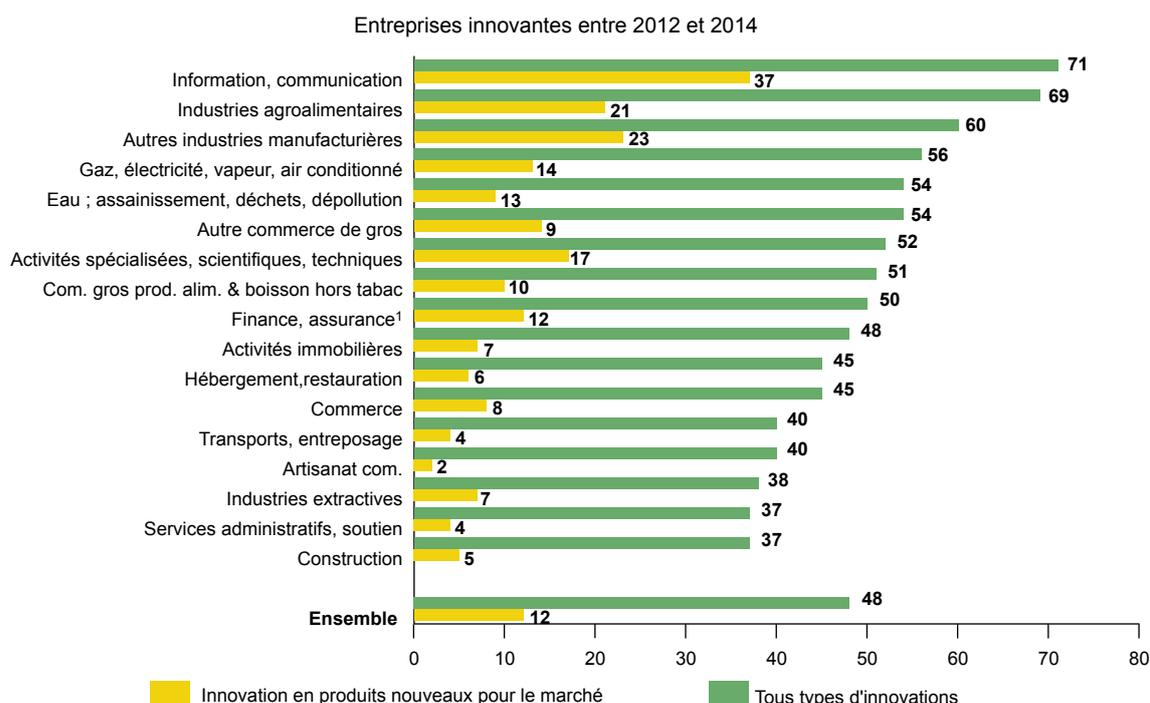
Avec 69 % d'entreprises innovantes (unités légales, *Définitions*) entre 2012 et 2014, les industries agroalimentaires représentent le deuxième secteur le plus innovant après le secteur de l'information et de la communication (71 %) et se situent nettement au-dessus des autres industries manufacturières (60 % - *graphique 1*). Le commerce de gros en produits

alimentaires et boissons hors tabac (*Définitions*) compte, quant à lui, 51 % d'entreprises innovantes, légèrement moins que les autres entreprises du secteur de commerce de gros (54 %). Au total, un peu moins de 48 % des entreprises, tous secteurs confondus, ont innové « au sens large » entre 2012 et 2014.

Les innovations en produits nouveaux pour le marché sont également fréquentes dans les entreprises agroalimentaires avec plus d'une entreprise

sur cinq. Ce taux d'innovation est toutefois nettement inférieur à celui des secteurs de l'information et de la communication (37 %) et, dans une moindre mesure, à celui des autres industries manufacturières (23 %). L'innovation en produits nouveaux pour le marché concerne 10 % des entreprises du commerce de gros en produits agroalimentaires, contre 14 % des autres entreprises du commerce de gros.

Graphique 1 - Les industries agroalimentaires, parmi les entreprises les plus innovantes



1. Y compris les holdings financières.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France, qui ont innové technologiquement entre 2012 et 2014, des sections B à N (hors divisions 75 et 82) de la NAF rév. 2.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee, traitements SSP

Plus de 80 % des entreprises des secteurs de la fabrication de boissons, de la transformation de poissons et des autres produits alimentaires innovent

Selon les secteurs, le taux d'innovation des industries agroalimentaires varie fortement. Entre 2012 et 2014, 87 % des entreprises de fabrication de boissons ont innové (tableau 1). Plus des deux tiers ont innové soit technologiquement (innovation en produits ou en procédés), soit non technologiquement (en organisation ou en

marketing). Parmi les industries alimentaires, la transformation de poissons et la fabrication d'autres produits alimentaires (sucre, cacao, thé...) innovent à plus de 80 %. À l'inverse, seule la moitié des entreprises de transformation de viande (51 %) et du travail des grains et produits amylacés (49 %) ont innové durant la période (respectivement 34 % et 40 % en innovations technologiques).

Les taux d'innovation des industries agroalimentaires par catégorie d'innovation sont proches de ceux des industries

manufacturières, exceptés pour les innovations en marketing. En effet, 37 % des entreprises innovent en marketing dans les industries agroalimentaires contre seulement 24 % dans l'industrie manufacturière en général. Un tiers des industries agroalimentaires et manufacturières ont innové en produits, comme en procédés, entre 2012 et 2014. De même 39 % des industries agroalimentaires ont innové en organisation, à peine plus que l'ensemble de l'industrie manufacturière (35 %).

Tableau 1 - Proportion d'entreprises innovantes par catégorie d'innovation par secteur d'activité et par tranche de taille

	Innovation au sens large	Innovations technologiques				Innovations non technologiques			Part du chiffre d'affaires	
		Ensemble	Produits	dont produits nouveaux pour le marché	Procédés	Ensemble	Organisation	Marketing	Produits nouveaux pour le marché	Produits nouveaux pour le marché ou l'entreprise
Industries agroalimentaires	69	51	31	21	33	52	39	37	5	11
Industries alimentaires	66	49	30	21	31	49	38	34	6	12
<i>Trans. & conserv. viande & prép. viande</i>	51	34	22	14	25	44	34	22	4	9
<i>Trans. & conserv. poisson, crust., etc.</i>	81	54	29	20	39	68	62	47	10	13
<i>Trans. & conserv. de fruits et légumes</i>	74	56	32	19	33	59	43	38	7	19
<i>Fab. huile et graisse végétale & animale</i>	76	72	46	36	31	51	39	43	0	14
<i>Fab. de produits laitiers</i>	66	38	22	14	29	52	36	41	8	12
<i>Travail des grains ; fab. prod. amylacés</i>	49	40	27	13	23	43	18	38	8	19
<i>Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes</i>	68	63	35	29	35	40	33	33	8	11
<i>Fab. autres produits alimentaires</i>	84	62	40	29	39	57	46	46	4	13
<i>Fab. d'aliments pour animaux</i>	67	49	31	24	32	47	38	29	5	8
Fabrication de boissons	87	67	37	23	45	68	44	55	4	8
Artisanat commercial	40	20	9	2	16	34	22	26	0	2
Industries alimentaires et artisanat commercial	55	36	21	13	25	43	31	31	6	12
Industrie manufacturière	60	47	31	21	32	42	35	24	10	22
Ens. com. gros agroalim. hors tabac	51	31	16	10	18	45	34	31	2	6
Com. gros prod. agric. brut et anim. viv.	54	33	20	17	21	49	38	36	2	6
Com. gros prod. alim. & boisson hors tabac	51	30	16	8	17	44	33	29	2	6
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	54	32	20	13	20	45	35	31	4	10
Effectifs salariés en ETP 1										
De 10 à 19 salariés en ETP	56	36	19	11	22	45	34	31	2	3
De 20 à 249 salariés en ETP	73	55	34	27	36	55	43	41	3	6
250 salariés et plus en ETP	87	79	63	51	53	69	51	57	6	13
Ensemble des entreprises agroalimentaires 2	61	42	24	16	26	48	36	34	4	9

1. ETP : équivalent temps plein.

2. Entreprises agroalimentaires : industries agroalimentaires et commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, hors artisanat commercial.

Lecture : 69 % des entreprises du secteur des industries agroalimentaires ont innové dans au moins une des catégories d'innovation au cours de la période 2012-2014.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

La taille de l'entreprise influe également sur le taux d'innovation. Ainsi, les entreprises agroalimentaires de 250 salariés et plus innovent technologiquement plus de deux fois plus souvent que les entreprises de 10 à 19 salariés. L'innovation en produits nouveaux pour le marché présente un taux près de 5 fois plus élevé pour les entreprises agroalimentaires de 250 salariés et plus (51 %) que pour les entreprises de 10 à 19 salariés (11 %).

La part du chiffre d'affaires consacré à l'innovation en produits, nouveaux pour le marché ou pour l'entreprise, est moitié moins importante dans les industries agroalimentaires que dans l'industrie manufacturière dans son ensemble. En effet, pour les industries agroalimentaires, en moyenne 5 % du chiffre d'affaires est consacré à l'innovation en produits nouveaux pour le marché et 11 % en produits nouveaux pour le marché ou l'entreprise contre respectivement 10 % et 22 % pour l'industrie manufacturière. Les disparités entre les secteurs sont très marquées.

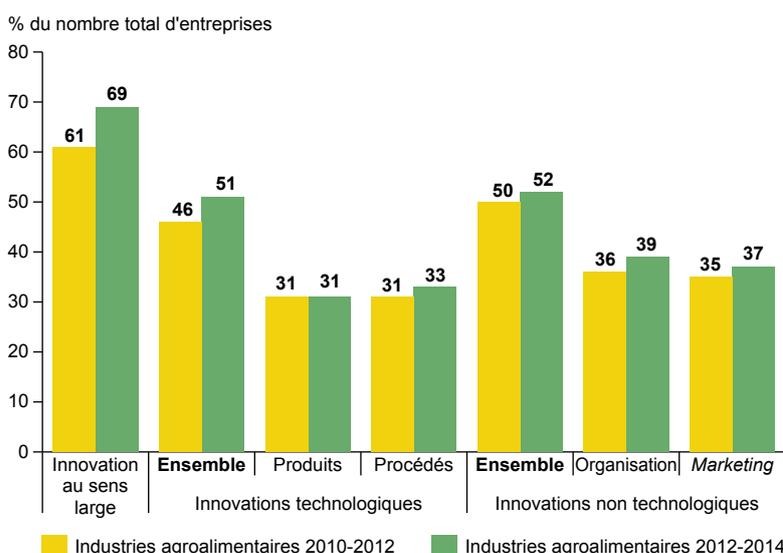
La proportion d'entreprises innovantes augmente ; les innovations technologiques se développent

Entre 2010-2012 et 2012-2014, la proportion d'entreprises innovantes augmente nettement dans les industries agroalimentaires. La part des entreprises ayant innové dans au moins une catégorie croît de 61 % à 69 % des industries agroalimentaires (*graphique 2*). Cette hausse est deux fois supérieure à l'ensemble des industries manufacturières pour lesquelles la propension à innover s'élève de 56 % à 60 % entre les deux enquêtes (*graphique 3*).

Durant la période, la proportion d'entreprises agroalimentaires innovant technologiquement augmente, passant de 46 % à 51 %, soit une hausse légèrement supérieure à celle des entreprises de l'industrie

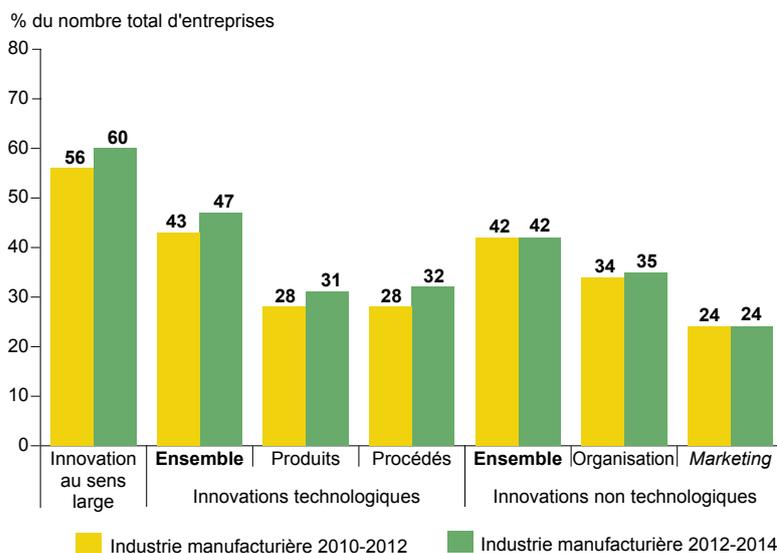
manufacturière (+ 4 points, de 43 % à 47 %). Directement liées à la production, les innovations en produits ou en procédés sont spécialement importantes pour le développement des entreprises.

Graphique 2- Évolution de la part d'entreprises innovantes entre 2010-2012 et 2012-2014 dans les industries agroalimentaires



Champ : entreprises de 10 salariés et plus, implantées en France.
Source : Enquêtes communautaires sur l'innovation (CIS 2012 et 2014), Insee, traitements SSP

Graphique 3- Évolution de la part d'entreprises innovantes entre 2010-2012 et 2012-2014 dans l'industrie manufacturière



Champ : entreprises de 10 salariés et plus, implantées en France.
Source : Enquêtes communautaires sur l'innovation (CIS 2012 et 2014), Insee, traitements SSP

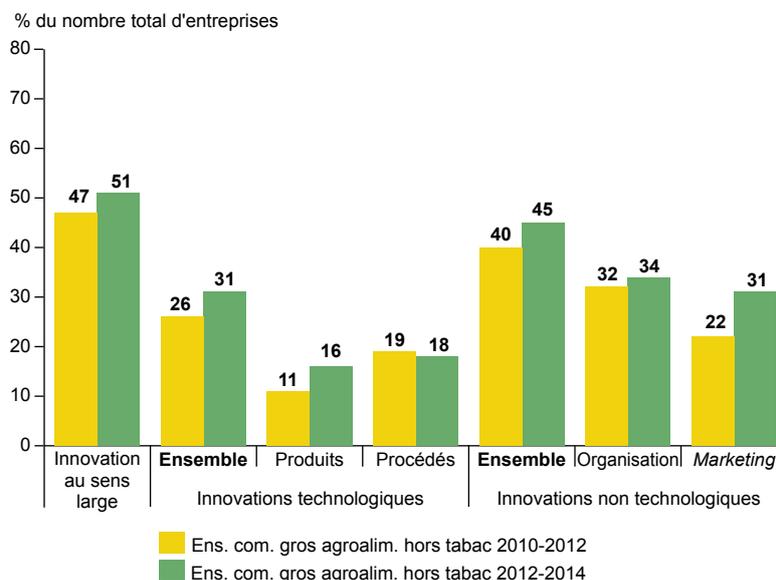
Les innovations non technologiques augmentent plus faiblement (+ 2 points, de 50 % à 52 %). Cette hausse est toutefois supérieure à celle de l'industrie manufacturière pour laquelle le taux d'innovation en organisation et/ou en *marketing* reste stable à 42 %.

Pour le commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, la hausse du taux d'innovation est également marquée : 51 % des entreprises innovent dans ce secteur entre 2012 et 2014 après 47 % entre 2010 et 2012 (*graphique 4*). Cette hausse est identique pour le commerce de gros dans son ensemble (respectivement 54 % après 50 %, *graphique 5*). Néanmoins, les innovations en *marketing* augmentent plus nettement dans le commerce de gros en produits agroalimentaires que dans l'ensemble du secteur.

96 % des industries agroalimentaires qui ont innové en produit déclarent avoir introduit des biens nouveaux sur la période 2012-2014

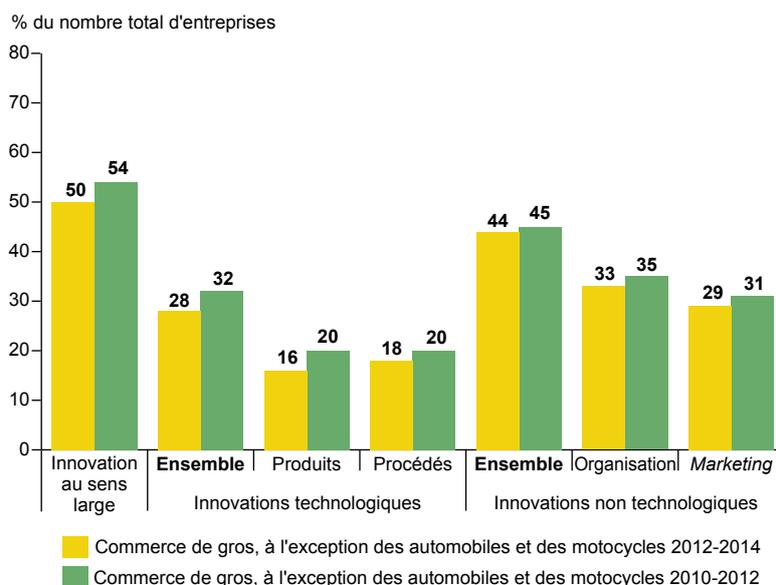
Parmi les entreprises ayant innové en produits, 96 % des industries agroalimentaires déclarent une innovation sur un bien nouveau (*tableau 2*). Cette proportion est toujours supérieure à 88 % par sous-secteur. L'innovation en service nouveau concerne 24 % des industries agroalimentaires ayant innové en produits, tous secteurs confondus, et ne dépasse pas 35 % quel que soit le sous-secteur. Dans le commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, l'écart est plus réduit. En effet, 82 % des entreprises ayant innové en produits déclarent innover en bien nouveau et 44 % en service nouveau.

Graphique 4 - Évolution de la part d'entreprises innovantes entre 2010-2012 et 2012-2014 dans le commerce de gros de produits agroalimentaires hors tabac



Champ : entreprises de 10 salariés et plus, implantées en France.
 Source : Enquêtes communautaires sur l'innovation (CIS 2012 et 2014), Insee, traitements SSP

Graphique 5 - Évolution de la part d'entreprises innovantes entre 2010-2012 et 2012-2014 dans le commerce de gros



Champ : entreprises de 10 salariés et plus, implantées en France.
 Source : Enquêtes communautaires sur l'innovation (CIS 2012 et 2014), Insee, traitements SSP

Concernant l'innovation en procédés, la majorité des industries agroalimentaires comme manufacturières ayant innové déclarent avoir innové en processus de fabrication ou de production. Environ un tiers de ces entreprises ont innové dans les domaines de la logistique et de la distribution ou dans des fonctions de soutien ou de

support. Pour les entreprises du commerce de gros, l'innovation dans les fonctions de soutien support est plus fréquente que les autres types d'innovation en procédés (60 % contre 50 % d'entreprises concernées).

Les entreprises agroalimentaires de 250 salariés et plus, qui innovent en produits, sont plus

nombreuses à introduire un bien nouveau (98 %) et en particulier un bien nouveau pour le marché (81 %) que les entreprises de 10 à 19 salariés (respectivement 90 % et 57 %). À l'inverse, les petites entreprises qui innovent en produits sont plus d'un tiers à innover en service nouveau contre un cinquième des très grandes entreprises.

Tableau 2 - Les différentes formes d'innovation - produits, procédés

	Produits				Procédés		
	Bien nouveau	Service nouveau	Nouveaux sur le marché	Nouveaux pour l'entreprise	Fabrication, production	Logistique, distribution	Soutien, support
	% du nombre d'entreprises ayant innové en produits				% du nombre d'entreprises ayant innové en procédés		
Industries agroalimentaires	96	24	69	70	83	30	39
Industries alimentaires	97	24	70	71	87	30	37
<i>Trans. & conserv. viande & prép. viande</i>	90	35	66	76	84	16	33
<i>Trans. & conserv. poisson, crust., etc.</i>	100	23	69	68	100	30	16
<i>Trans. & conserv. de fruits et légumes</i>	100	22	59	85	70	37	24
<i>Fab. huile et graisse végétale & animale</i>	88	25	79	78	100	18	52
<i>Fab. de produits laitiers</i>	98	8	66	73	99	11	23
<i>Travail des grains; fab. prod. amylicés</i>	100	31	48	92	69	60	49
<i>Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes</i>	98	13	81	52	89	24	33
<i>Fab. autres produits alimentaires</i>	100	24	72	72	87	46	53
<i>Fab. d'aliments pour animaux</i>	100	27	77	66	89	36	39
Fabrication de boissons	88	26	64	68	64	32	48
Artisanat commercial	91	54	27	66	89	33	38
Industrie manufacturière	93	36	68	69	86	29	37
Ens. com. gros agroalim. hors tabac	82	44	61	72	51	45	60
Com. gros prod. agric. brut et anim. viv.	67	78	86	87	51	52	68
Com. gros prod. alim. & boisson hors tabac	87	32	53	67	51	43	57
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	83	45	65	64	45	50	60
Effectifs salariés en ETP 1							
De 10 à 19 salariés en ETP	90	34	57	70	68	41	50
De 20 à 249 salariés en ETP	90	29	79	73	77	23	39
250 salariés et plus en ETP	98	19	81	72	90	32	36
Ensemble des entreprises agroalimentaires 2	91	30	66	71	72	35	46

1. ETP : équivalent temps plein.

2. Entreprises agroalimentaires : industries agroalimentaires et commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, hors artisanat commercial.

Lecture : 96 % des entreprises des industries agroalimentaires qui ont innové en produits, ont innové dans au moins un bien nouveau entre 2012 et 2014.

Note : certaines entreprises ont fait plusieurs types d'innovation et peuvent être comptées plusieurs fois, les pourcentages ne se cumulent pas.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

En terme d'innovation en organisation, 78 % des entreprises des industries agroalimentaires ayant innové déclarent que cette innovation visait à améliorer le travail et la prise de décision, 71 % les procédures et 29 % les relations externes (tableau 3). Ces proportions sont identiques à celles de la période 2010-2012 hormis pour l'amélioration des procédures en hausse (+ 6 points). La répartition des innovations en organisation est identique à celle de l'industrie manufacturière. Dans le commerce de gros agroalimentaire, les entreprises innovantes en organisation évoquent plus souvent les améliorations significatives

dans le travail et la prise de décision que les autres formes d'innovation.

L'innovation en *marketing* introduit plus souvent des améliorations de *design* ou d'emballages pour les industries agroalimentaires (74 %) que pour celles de l'industrie manufacturière (52 %). À l'inverse, les techniques de promotion (44 %), méthodes de vente ou de distribution (22 %) ou les innovations en stratégie de tarification (26 %) sont moins souvent utilisées dans les industries agroalimentaires que dans l'industrie manufacturière. Dans le commerce de gros agroalimentaire, le profil est moins marqué et le recours

aux améliorations ou nouvelles techniques de promotion est cité dans la moitié des cas d'innovation *marketing*.

La taille des entreprises agroalimentaires joue un rôle dans les recours à certains types d'innovation. Par exemple, plus l'entreprise innovante en organisation est grande, plus elle a recours à de nouvelles procédures, ce qui est moins net pour l'innovation de relations avec les partenaires externes. De même, les entreprises innovantes en *marketing* déclarent avoir recours aux nouveaux *design* ou emballages plus souvent quand elles ont 250 salariés ou plus que celles qui ont entre 10 et 19 salariés.

Tableau 3 - Les différentes formes d'innovation - organisation, marketing

	Organisation			Marketing			
	Procédures	Travail et prise de décision	Relations externes	Design, emballage	Techniques de promotion	Méthodes de vente ou de distribution	Stratégies de tarification
	% du nombre d'entreprises ayant innové en organisation			% du nombre d'entreprises ayant innové en marketing			
Industries agroalimentaires	71	78	29	74	44	22	26
Industries alimentaires	71	78	30	72	42	23	26
<i>Trans. & conserv. viande & prép. viande</i>	61	79	25	71	42	11	26
<i>Trans. & conserv. poisson, crust., etc.</i>	56	82	54	79	20	16	21
<i>Trans. & conserv. de fruits et légumes</i>	90	67	12	63	52	30	14
<i>Fab. huile et graisse végétale & animale</i>	51	76	0	88	43	43	12
<i>Fab. de produits laitiers</i>	56	82	45	73	45	31	22
<i>Travail des grains; fab. prod. amylacés</i>	49	48	45	80	50	25	20
<i>Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes</i>	94	85	34	84	38	24	26
<i>Fab. autres produits alimentaires</i>	75	78	23	73	43	27	25
<i>Fab. d'aliments pour animaux</i>	73	72	40	35	45	17	60
Fabrication de boissons	75	80	21	80	49	15	25
Artisanat commercial	55	93	16	44	64	25	34
Industrie manufacturière	72	78	33	52	56	27	35
Ens. com. gros agroalim. hors tabac	66	76	42	49	53	27	28
Com. gros prod. agric. brut et anim. viv.	65	77	49	23	62	48	28
Com. gros prod. alim. & boisson hors tabac	66	76	39	58	50	20	29
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	64	79	35	41	60	35	36
Effectifs salariés en ETP 1							
De 10 à 19 salariés en ETP	67	76	34	58	45	23	28
De 20 à 249 salariés en ETP	71	81	35	71	50	25	25
250 salariés et plus en ETP	85	81	40	81	63	25	22
Ensemble des entreprises agroalimentaires 2	69	77	34	63	48	24	27

1. ETP : équivalent temps plein.

2. Entreprises agroalimentaires : industries agroalimentaires et commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, hors artisanat commercial.

Lecture : 71 % des entreprises des industries agroalimentaires qui ont innové en organisation, ont innové dans au moins une procédure nouvelle entre 2012 et 2014.

Note : certaines entreprises ont innové de plusieurs manières et peuvent être comptées plusieurs fois, les pourcentages ne se cumulent pas.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

La recherche et développement interne : un recours particulièrement important dans les industries agroalimentaires

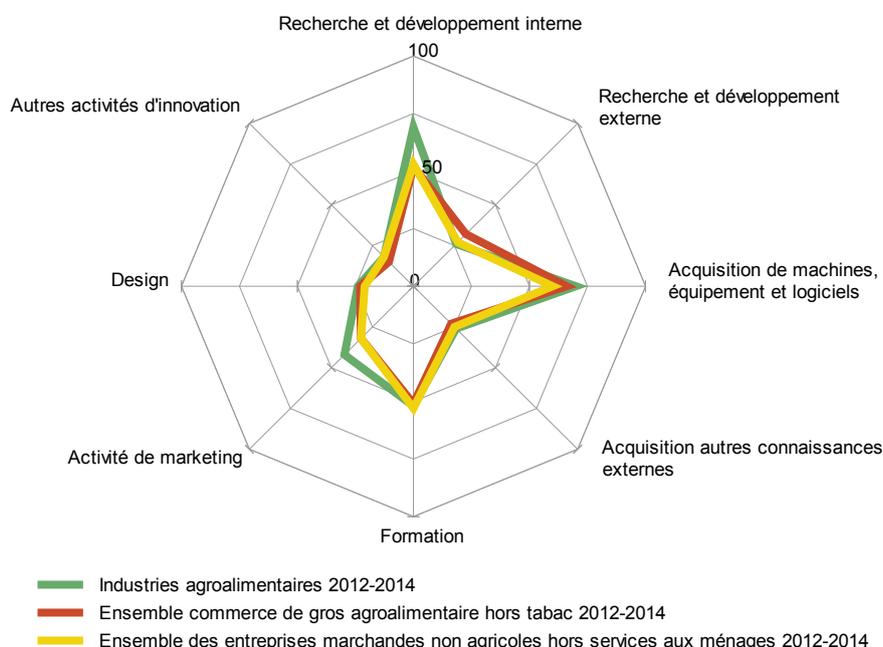
Comme en 2010-2012, 70 % des industries agroalimentaires de plus de 10 salariés qui ont innové en produits ou

en procédés déclarent avoir acquis de nouvelles machines, nouveaux équipements ou logiciels sur la période 2012-2014 (graphique 6). Pour ces entreprises innovantes, la recherche et développement interne concerne plus les industries agroalimentaires (69 %) que les entreprises

du commerce de gros agroalimentaire (52 %) ou que l'ensemble des entreprises marchandes (53 %). Les activités de marketing sont également plus développées dans les industries agroalimentaires (respectivement 42 %, 32 % et 32 %).

Graphique 6 : Principales activités liées aux innovations de produits ou de procédés

% des entreprises ayant innové en produits ou en procédés entre 2012 et 2014



Lecture : 69 % des entreprises des industries agroalimentaires, ayant innové en produits ou en procédés entre 2012 et 2014, ont effectué de la recherche et développement interne, contre 53 % pour l'ensemble des entreprises marchandes ayant innové technologiquement.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France, qui ont innové technologiquement entre 2012 et 2014, des sections B à N (hors divisions 75 et 82) de la NAF rév. 2

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

Les dépenses liées à l'innovation, plus faibles dans l'industrie agroalimentaire que dans l'industrie manufacturière

Bien que les industries agroalimentaires innovent plus souvent que l'industrie manufacturière, les dépenses liées à l'innovation y sont plus de deux fois plus faibles. En effet, 1,3 % du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires est consacré à l'innovation en 2014 (après 1,1 % en 2012).

Les entreprises des industries manufacturières consacrent 3,4 % du chiffre d'affaires à l'innovation en 2014 comme en 2012. L'écart est encore plus important pour le commerce de gros agroalimentaire qui affecte 0,3 % du chiffre d'affaires à l'innovation (après 0,5 % en 2012) alors que le commerce de gros dans son ensemble a nettement augmenté les dépenses liées à l'innovation : 1,4 % en 2014 après 0,6 % en 2012.

Les dépenses d'innovation, pour presque tous les secteurs d'activité, sont principalement affectées à la recherche et développement interne d'une part et à l'acquisition de machines, équipements ou logiciels d'autre part (tableau 4). La recherche et développement externe est moins développée que dans l'industrie manufacturière excepté dans le travail des grains et la fabrication de produits amylacés.

Tableau 4 - Dépenses liées à l'innovation en 2014

	Dépenses d'innovation rapportées au chiffre d'affaires en 2014	Activités d'innovation				
		Recherche et développement interne	Recherche et développement externe	Acquisition de machines, équipements ou logiciels	Acquisition de connaissances auprès d'autres organisations	Autres activités d'innovation (formation, marketing, design...)
		% des dépenses d'innovation				
Industries agroalimentaires	1,3	44	5,7	40	7,0	3,3
Industries alimentaires	1,3	48	6,1	36	7,7	1,9
<i>Trans. & conserv. viande & prép. viande</i>	0,3	29	3,4	61	2,9	3,7
<i>Trans. & conserv. poisson, crust., etc.</i>	5,7	96	0,6	3	0,0	0,1
<i>Trans. & conserv. de fruits et légumes</i>	0,7	40	2,7	54	0,1	3,5
<i>Fab. huile et graisse végétale & animale</i>	0,6	67	7,4	18	6,0	1,8
<i>Fab. de produits laitiers</i>	0,9	75	1,1	21	0,4	2,9
<i>Travail des grains; fab. prod. amylacés</i>	1,7	49	42,8	8	0,0	0,2
<i>Fab. prod. boulangerie-pâtis. & pâtes</i>	3,1	43	0,4	56	0,1	0,3
<i>Fab. autres produits alimentaires</i>	1,8	34	3,4	36	23,5	2,7
<i>Fab. d'aliments pour animaux</i>	1,4	28	9,6	60	0,8	2,5
Fabrication de boissons	1,1	13	3,5	68	2,4	13,4
Artisanat commercial	1,4	22	0,7	53	1,7	22,4
Industrie manufacturière	3,4	58	21,2	16	1,7	2,4
Ens. com. gros agroalim. hors tabac	0,3	35	6,9	55	2,2	1,6
Com. gros prod. agric. brut et anim. viv.	0,2	49	11,8	35	2,2	2,4
Com. gros prod. alim. & boisson hors tabac	0,4	31	5,5	60	2,2	1,3
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	1,4	39	33,6	19	2,4	6,9
Ensemble des entreprises agroalimentaires ¹	0,8	42	6,0	43	6,1	3,0

1. Entreprises agroalimentaires : industries agroalimentaires et commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, hors artisanat commercial.

Lecture : 1,3 % du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires a été consacré à l'innovation en 2014.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

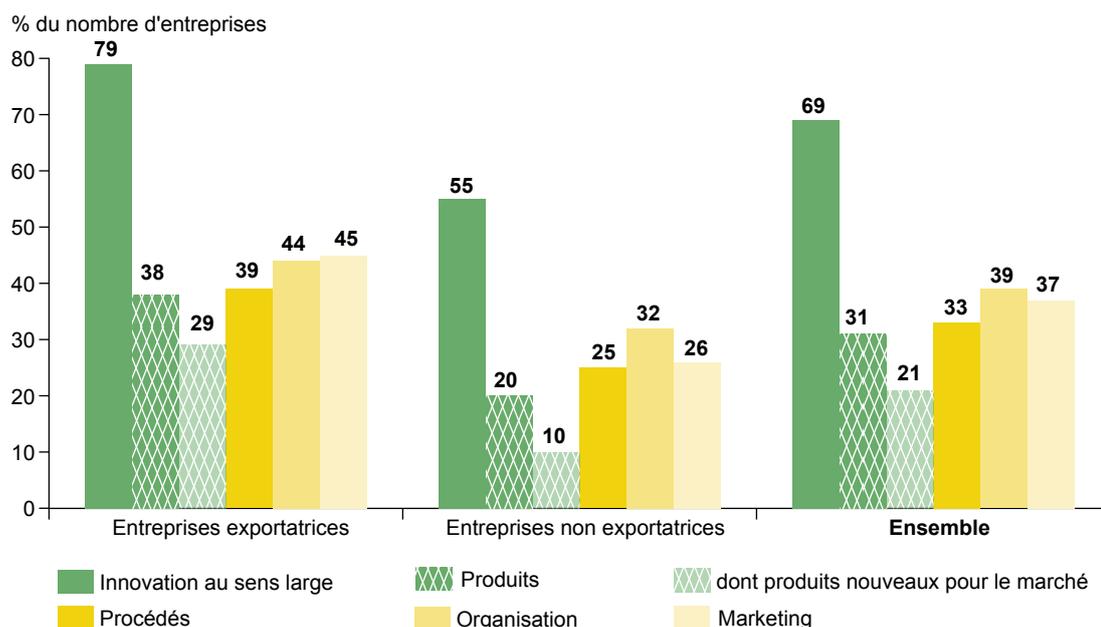
Les entreprises exportatrices, plus innovantes que les autres

Entre 2012 et 2014, 79 % des industries agroalimentaires exportatrices de plus de 10 salariés sont innovantes pour au moins une catégorie d'innovation, contre 55 % des entreprises non exportatrices

(graphique 7). En particulier, les entreprises exportatrices qui innovent en produits sont deux fois plus nombreuses que les entreprises non exportatrices et près de trois fois plus nombreuses pour les innovations en produits nouveaux sur le marché.

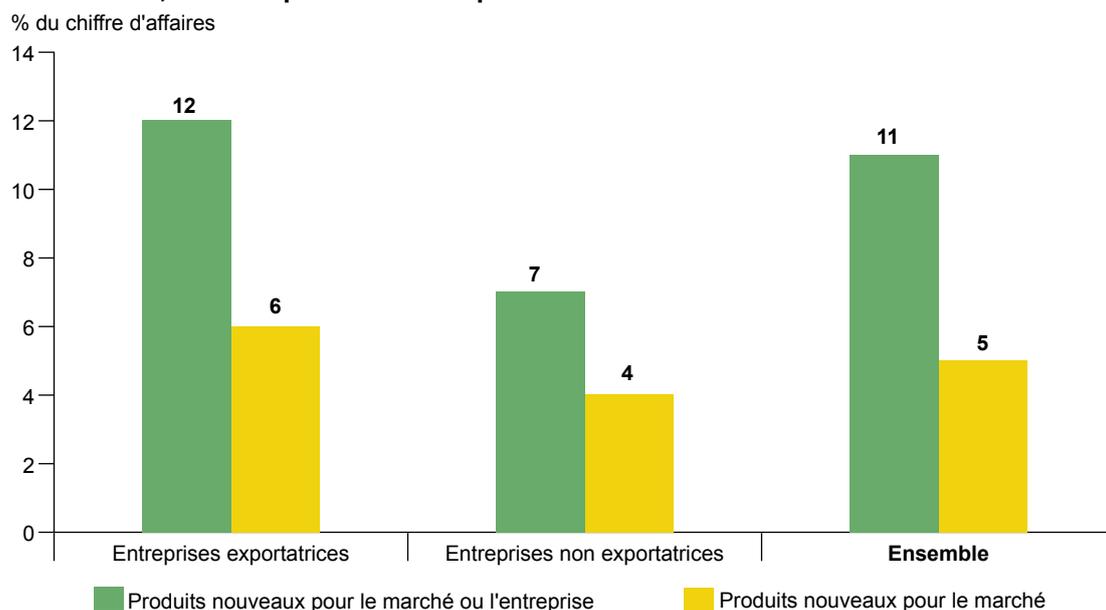
La part du chiffre d'affaires consacrée à l'innovation en produits nouveaux pour le marché ou l'entreprise dans les industries agroalimentaires exportatrices est également plus élevée (12 %) que pour les entreprises non exportatrices (7 %), (graphique 8).

Graphique 7 : L'innovation dans les industries agroalimentaires, selon la présence à l'exportation



Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.
Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

Graphique 8 : Part du chiffre d'affaires consacrée à l'innovation dans les industries agroalimentaires, selon la présence à l'export



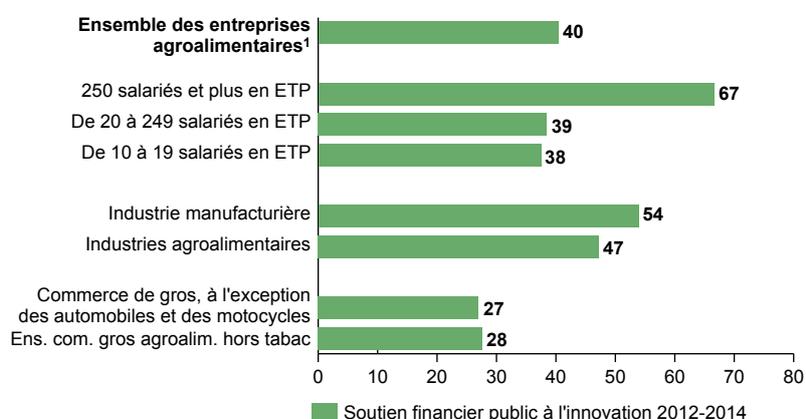
Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.
Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee- traitements SSP

Le soutien financier public, plutôt tourné vers les grandes entreprises

Entre 2012 et 2014, 40 % des entreprises agroalimentaires innovantes technologiquement déclarent avoir reçu un soutien financier public (graphique 9). En diminution de 10 points de pourcentage par rapport à la période 2010-2012, ce soutien financier reste tourné vers les industries agroalimentaires (47 %) plus que vers le commerce de gros agroalimentaire hors tabac (28 %).

Dans deux cas sur trois, les entreprises agroalimentaires de 250 salariés et plus qui innovent technologiquement reçoivent un soutien financier public. Ce n'est le cas que de 38 % des entreprises de 10 à 19 salariés. Ces soutiens financiers peuvent être de plusieurs natures : crédit impôt recherche, exonérations fiscales ou sociales, subventions, prêts directs ou avances, ou encore garanties de prêt.

Graphique 9 : Soutien financier public



1. Entreprises agroalimentaires : industries agroalimentaires et commerce de gros en produits agroalimentaires hors tabac, hors artisanat commercial.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France, qui ont innové technologiquement entre 2012 et 2014.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee, traitements SSP

Plus de dépôt de marques que de brevets

Afin de maintenir ou d'augmenter la compétitivité de leurs innovations, seulement 6 % des industries agroalimentaires ont déposé un brevet contre 20 % dans l'ensemble de l'industrie manufacturière (tableau 5). En revanche, dans un quart des cas, la protection de

l'innovation réside dans le dépôt d'une marque alors que c'est le cas dans moins d'un cinquième des innovations de l'industrie manufacturière. Pour le commerce de gros agroalimentaire hors tabac, le constat est identique : la marque déposée est plus fréquente que dans le reste du commerce de gros mais le dépôt de brevet l'est moins.

Tableau 5 - Brevet, marque déposée et dépôt de modèle ou de dessin

	Dépôt de brevet, marque ou modèle ou dessin	Dépôt de brevet	Marque déposée	Dépôt de modèle ou dessin	Concédé un droit d'usage ou la propriété d'un brevet...	Acquis un droit d'usage ou la propriété d'un brevet...
	%					
Industries agroalimentaires	31	6	25	10	3	5
Industrie manufacturière	33	20	18	14	4	6
Ens. com. gros agroalim. hors tabac	33	4	30	11	0	5
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	31	10	23	11	5	6
Ensemble des entreprises des secteurs B à N (hors divisions 75 et 82) de la NAF Rév.2	24	10	16	9	4	6

Lecture : pour maintenir ou augmenter la compétitivité de leurs innovations de produits ou de procédés introduites de 2012 à 2014, 6 % des industries agroalimentaires technologiquement innovantes ont déposé un brevet, 25 % une marque et 10 % un modèle ou un dessin.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France, qui ont innové technologiquement entre 2012 et 2014, des sections B à N (hors divisions 75 et 82) de la NAF rév. 2.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee, traitements SSP

Le dépôt d'un brevet, d'une marque, d'un modèle ou d'un dessin est utilisé pour près un tiers des entreprises agroalimentaires, alors que dans l'ensemble, moins d'un quart des entreprises du champ marchand non agricole ont réalisé au moins un dépôt entre 2012 et 2014. En Europe, la France se situe dans la moyenne du secteur des industries alimentaires.

En Europe, la France se situe dans la moyenne du secteur des industries alimentaires

Le règlement européen qui encadre l'enquête communautaire sur l'innovation (*Source*) facilite la comparaison entre pays européens. Cependant, le contour européen des industries agroalimentaires inclut l'artisanat commercial (*Définitions*) en prenant l'ensemble de la division 10 de la NAF rév. 2. Ainsi, les « industries alimentaires » européennes prennent en compte les activités artisanales de charcuterie et de boulangerie et pâtisseries.

Pour la France, cela fait une nette différence car la démographie des entreprises est très différente selon les cas. D'un côté, l'artisanat commercial représente un grand nombre d'entreprises (44 600 entreprises dont 2 500 de plus de 10 salariés en 2014) pour un chiffre d'affaires hors taxes de 13,1 milliards d'euros dont 3,9 milliards pour les entreprises de plus de 10 salariés. D'un autre côté, les industries agroalimentaires stricto sensu représentent 17 600 entreprises dont 4 000 de plus de 10 salariés pour un chiffre d'affaires hors taxes de 171,4 milliards d'euros (dont 164,1 milliards pour les entreprises de plus de 10 salariés).

Après prise en compte de l'artisanat commercial, la France fait quasiment jeu égal avec l'Allemagne, la Norvège et l'Italie en termes de taux d'innovation avec 55 % d'industries alimentaires innovantes entre 2012 et 2014 (*graphique 10*). Le taux d'innovation dans les industries alimentaires est particulièrement important en Suisse (88 %), en Irlande (74 %) ou en Belgique (71 %). À l'inverse, il est particulièrement faible en Roumanie (14 %), en Pologne (16 %) et dans une moindre mesure en Espagne (38 %).

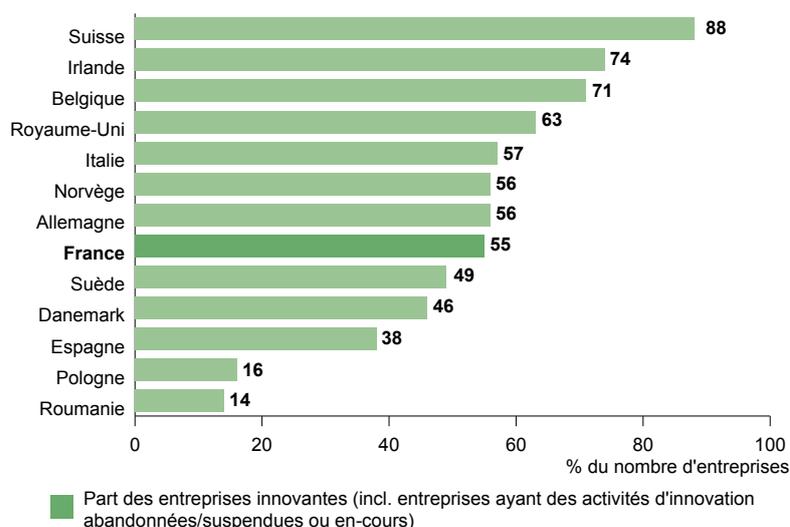
En termes d'innovations technologiques, la France décroche du groupe de tête avec 36 % d'entreprises innovantes technologiquement contre environ 60 % pour la Belgique et l'Irlande (*tableau 6*). La part d'entreprises innovantes reste très supérieure à celle de l'Espagne où seulement un quart d'entreprises innove technologiquement sur la période.

Concernant les innovations non technologiques, la France et l'Allemagne présentent un même taux d'innovation de 43 %.

Cependant, ces différences peuvent être davantage déterminées par le type d'industries alimentaires dans chacun des pays que par la propension des entreprises à innover dans chacun des sous-secteurs.

Ainsi, le secteur de la fabrication de boissons est propice aux innovations dans tous les pays pour lesquels l'information est renseignée, et cela dans toutes les catégories d'innovation. Dans ce sous-secteur, la France se situe à la troisième place avec 87 % d'entreprises ayant innové entre 2012 et 2014 (respectivement 100 % et 89 % pour la Belgique et la Suisse), et l'Allemagne en septième position avec 65 % d'entreprises innovantes.

Graphique 10: Part des entreprises innovantes dans les industries alimentaires (y compris l'artisanat commercial)



Champ : industries alimentaires (y compris artisanat commercial)

Source : Enquête communautaire sur l'innovation 2014 (CIS 2014), Eurostat

Tableau 6 - Proportion d'entreprises innovantes en Europe

Industries alimentaires (y compris artisanat commercial)

	Innovation au sens large	Innovations technologiques				Innovations non technologiques			Part du chiffre d'affaires
		Ensemble	Produits	dont produits nouveaux pour le marché	Procédés	Ensemble	Organisation	Marketing	Produits nouveaux pour le marché
		% du nombre total d'entreprises							
Suisse	88	69	60	66	38	66	48	59	4
Irlande	74	61	42	66	52	64	52	49	3
Belgique	71	59	31	66	46	50	39	32	4
Royaume-Uni	63	49	33	34	22	41	38	13	nd
Italie	57	41	28	63	31	47	23	41	5
Allemagne	56	41	20	38	17	43	22	35	4
Norvège	56	49	35	52	31	41	17	38	9
France	55	36	21	62	25	43	31	31	9
Danemark	46	36	26	60	19	39	28	33	4
Espagne	38	25	12	49	18	27	21	19	16
Pologne	16	11	8	49	8	11	5	9	4
Roumanie	14	7	4	nd	5	11	7	9	nd

nd : non disponible.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Eurostat

Fabrication de boisson

	Innovation au sens large	Innovations technologiques				Innovations non technologiques			Part du chiffre d'affaires
		Ensemble	Produits	dont produits nouveaux pour le marché	Procédés	Ensemble	Organisation	Marketing	Produits nouveaux pour le marché
		% du nombre total d'entreprises							
Suisse	100	75	50	31	28	88	34	85	0
Belgique	89	66	35	nd	60	74	54	44	4
France	87	67	37	23	45	68	44	55	nd
Royaume-Uni	82	72	42	nd	37	65	50	40	nd
Norvège	75	67	54	77	33	67	25	58	4
Italie	73	60	27	57	41	62	27	59	2
Allemagne	65	54	36	43	24	48	24	44	2
Suède	61	nd	32	56	39	nd	32	39	nd
Danemark	47	42	35	50	30	28	17	24	3
Pologne	44	36	23	nd	27	30	15	27	nd

nd : non disponible.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Eurostat

En comparaison, l'industrie manufacturière française présente un taux d'innovation dans la moyenne des pays européens (60 %), devant la Norvège (58 %), la Suède (57 %) ou l'Italie (51 %) mais loin derrière l'Allemagne (73 %), (tableau 7).

Tableau 7 - Proportion d'entreprises innovantes en Europe

Industrie manufacturière

	Innovation au sens large	Innovations technologiques				Innovations non technologiques			Part du chiffre d'affaires
		Ensemble	Produits	dont produits nouveaux pour le marché	Procédés	Ensemble	Organisation	Marketing	Produits nouveaux pour le marché
									% du nombre total d'entreprises
Suisse	81	62	47	42	33	66	49	53	11
Allemagne	73	61	40	47	29	53	39	37	7
Belgique	71	60	37	69	46	50	40	31	7
Irlande	68	58	46	67	46	58	47	41	17
Luxembourg	65	47	33	74	35	53	41	34	27
Royaume-Uni	64	47	32	40	22	46	41	17	nd
France	60	47	31	68	32	43	35	24	14
Pays-Bas	59	54	38	62	32	33	25	19	14
Norvège	58	49	34	67	29	42	26	30	9
Suède	57	50	32	59	31	34	22	25	8
Italie	51	41	28	64	28	36	24	24	13
Danemark	48	40	26	49	25	37	29	28	13
Espagne	39	28	15	50	18	27	22	17	14
Pologne	22	19	12	53	13	12	9	8	8
Roumanie	13	7	5	38	5	10	7	7	8

nd : non disponible.

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France.

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Eurostat

Annexe 1

Source

L'enquête communautaire sur l'innovation (Community Innovation Survey)

L'enquête communautaire sur l'innovation (Community Innovation Survey, CIS) est réalisée tous les deux ans à la demande d'Eurostat (règlement n° 995/2012 du 26 octobre 2012) dans l'ensemble des états membres. L'enquête CIS 2014 a été conduite en France par l'Insee entre juin et décembre 2015 et porte sur une période de trois ans de 2012 à 2014.

Champ

L'enquête couvre le champ des sociétés (ou entreprises individuelles) actives de 10 salariés ou plus implantées en France (métropole et DOM). Les unités interrogées sont les unités légales, ce qui correspond à la définition « juridique » de l'entreprise et non à la définition « économique » de la loi de modernisation de l'économie (LME). Les secteurs interrogés sont plus nombreux qu'en 2012 et couvrent le secteur marchand

non agricole hors services aux ménages (excepté les divisions 75 et 82 de la NAF rév. 2), c'est-à-dire la quasi-totalité des sections B à N de la NAF rév. 2. Le champ des entreprises agroalimentaires est identique à celui de 2012. En France, le questionnaire de l'enquête CIS 2014 a été envoyé par voie électronique ou postale à un échantillon d'environ 23 000 unités légales, dont 1356 entreprises agroalimentaires (718 dans les industries agroalimentaires, 257 dans l'artisanat commercial et 381 dans le commerce de gros agroalimentaire).

L'imprécision liée au sondage est de l'ordre de 0,8 point sur les pourcentages portant sur l'ensemble des entreprises ; elle peut atteindre 2 points sur ceux relatifs à des sous-populations (taux d'innovation par secteur ou tranche d'effectif

par exemple). En revanche, le calcul de cette imprécision ne peut pas prendre en compte le caractère parfois subjectif de la définition de l'innovation qui n'est pas mesurable.

Questionnaire

Les principes directeurs du questionnaire sont conformes aux règles édictées par Eurostat. Les entreprises (au sens des unités légales) ont été interrogées sur leurs innovations en produits et procédés, sur les autres formes de changements importants, les projets en cours ou retardés, l'origine et la conduite de ces innovations, leurs effets, les dépenses correspondantes, les financements publics, les objectifs poursuivis, les freins, les compétences et les méthodes de créativité développées.

Pour en savoir plus

É. Clément et N. Petrică, « L'information-communication et l'industrie sont les secteurs les plus innovants entre 2012 et 2014 », *Insee Première* n° 1635, février 2017

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2585347>

P. Roussel, C. Schweitzer, « Dépenses de recherche et développement en France - Résultats détaillés pour 2015 et premières estimations pour 2016 », *Note d'information du SIES* n° 11 - décembre 2017

<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid124745/depenses-de-recherche-et-developpement-en-france-resultats-detailles-pour-2015-et-premieres-estimations-pour-2016.html>

Annexe 2

Définitions

Dans cette étude, les **entreprises** sont les **unités légales** en référence à la définition « juridique » de l'entreprise par opposition à la définition économique au sens de la loi de modernisation de l'économie.

Pour en savoir plus

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1044>

Les **entreprises agroalimentaires** couvertes par cette publication sont :

- les entreprises du secteur des **industries agroalimentaires** ou **industries agricoles et alimentaires**, constituées d'une part des industries alimentaires (division 10 de la NAF rév. 2 hors sous-classes 1013B, 1071B, 1071C et 1071D), et d'autre part de la fabrication de boissons (division 11).
- les entreprises du secteur du **commerce de gros agroalimentaire** ou **commerce de gros en produits agricole et alimentaire hors tabac**, comprenant le commerce de gros de produits agricoles bruts et animaux vivants (groupe 462 de la NAF rév. 2) et le commerce de gros de produits alimentaires et boissons hors tabac (groupe 463 hors commerce de gros de produits à base de tabac – sous-classe 4635Z).

L'**artisanat commercial** regroupe les entreprises ayant pour activité, non industrielle, la charcuterie, la boulangerie, la pâtisserie, la cuisson de produits de boulangerie. Les sous-classes de la NAF rév. 2 correspondantes sont respectivement : 1013B, 1071B, 1071C et 1071D.

L'enquête CIS 2014 permet d'isoler les industries agroalimentaires de l'artisanat commercial. En revanche, pour les comparaisons internationales, les données d'Eurostat sur les industries alimentaires intègrent l'artisanat commercial et concernent l'ensemble de la division 10 de la NAF rév. 2.

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

Une entreprise est **innovante au sens large** lorsqu'elle introduit une innovation dans au moins une de ces quatre catégories d'innovation ou lorsqu'elle s'engage dans des activités d'innovation en produits ou en procédés. Une entreprise peut combiner plusieurs catégories d'innovation. L'innovation au sens large se décompose en innovation technologique et innovation non technologique.

Une **innovation technologique** correspond à l'engagement d'une innovation en produits ou en procédés. Elle comprend aussi les innovations non abouties ou abandonnées durant la période 2012-2014.

L'**innovation de produits** est définie comme « l'introduction sur le marché d'un produit (bien, service ou prestation) nouveau ou nettement modifié par rapport aux produits (biens ou services ou prestations) précédemment élaborés par l'entreprise. La nouveauté ou l'amélioration se mesurent par rapport aux caractéristiques essentielles du produit ou de la prestation, de ses spécifications techniques, des logiciels ou tout autre composant matériel ou immatériel incorporés, de l'utilisation prévue ou de la facilité d'usage. Elle exclut la revente de produits ou de prestations innovants entièrement fabriqués et développés par d'autres entreprises ».

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

Une **innovation non technologique** correspond à une **innovation d'organisation** ou de *marketing*.

L'**innovation d'organisation** concerne la structure de l'entreprise, la planification et le travail, la gestion des connaissances et les relations avec les partenaires extérieurs.

L'**innovation de marketing** correspond à la mise en œuvre de concepts ou de méthodes de ventes nouveaux ou modifiés de manière significative, afin

d'améliorer les qualités d'appels des produits ou de l'offre des prestations ou afin d'entrer sur de nouveaux marchés.

NAF rév. 2 est la nomenclature d'activités française révisée 2, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008. La NAF rév. 2 a une structure arborescente à 5 niveaux emboîtés :

- Niveau 1 : 21 sections, communes à la NAF, à la NACE¹ et à la CITI² ;
- Niveau 2 : 88 divisions, communes à la NAF, à la NACE et à la CITI ;

- Niveau 3 : 272 groupes communs à la NAF et à la NACE ;
- Niveau 4 : 615 classes, communes à la NAF et à la NACE (niveau le plus détaillé de la NACE) ;
- Niveau 5 : 732 sous-classes françaises.

Pour en savoir plus
consulter le site de l'Insee :
<https://www.insee.fr/fr/information/2406147>

1. La NACE rév.2 est la nomenclature d'activité européenne : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c2073>.

2. La CITI est une classification internationale des branches d'activité économique :
<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1803>

Déterminants de la propension à innover entre 2012 et 2014**Tableau 8: Principaux déterminants de la propension à innover au sens large entre 2012 et 2014**

Variables	Odds-ratio
Secteur d'activité	
Industries agroalimentaires	1,3
Artisanat commercial	ns
Autres industries manufacturières	Ref.
Commerce de gros alimentaire	0,7
Autre commerce de gros	0,8
Effectifs salariés en ETP ¹	
De 10 à 19 salariés en ETP	Ref.
De 20 à 249 salariés en ETP	1,6
250 salariés et plus en ETP	3,0
Appartenance à un groupe	
Société appartenant à un groupe	1,3
Société indépendante	Ref.
Société exportatrice ou non	
Exportatrice	2,3
Non exportatrice	Ref.

(1) équivalent temps plein, ns. = non significatif

Lecture : l'odds-ratio (ou rapport des cotes) de la propension à innover d'une entreprise des industries agroalimentaires vaut 1,3. Cela signifie que, toutes choses égales par ailleurs, la probabilité d'innover au sens large relativement à celle de ne pas innover est 1,3 fois plus forte dans les industries agroalimentaires que dans les autres industries manufacturières (qui est la référence de cette catégorie notée « Ref »). La cote « c » d'un événement est égale au rapport de sa probabilité « p » sur la probabilité de l'événement opposé : $c = p / (1 - p)$. Le rapport des cotes cherche à déterminer les effets propres de chaque caractéristique par rapport aux caractéristiques de référence notées « Ref ».

Champ : entreprises de 10 salariés et plus implantées en France, des secteurs de l'industrie manufacturière et du commerce de gros (divisions 10 à 33 et 46 de la NAF rév. 2).

Source : Enquête communautaire sur l'innovation (CIS 2014), Insee - traitements SSP

Pour la période 2012-2014, les industries agroalimentaires ont une probabilité d'innover plutôt que de ne pas innover 1,3 fois plus forte « toutes choses égales par ailleurs » que celle des entreprises des autres industries manufacturières.

La taille de l'entreprise joue favorablement sur la

probabilité d'innover des grandes entreprises. De fait, la probabilité pour une entreprise de 250 salariés ou plus (en équivalent temps plein) d'innover dans au moins une catégorie d'innovation par rapport à la probabilité de ne pas innover est trois fois supérieure à celle des entreprises de 10 à 19 salariés.

De même l'appartenance à un groupe influe positivement sur la probabilité d'innover si on la compare au fait d'être une entreprise indépendante. La présence à l'exportation serait également, « toutes choses égales par ailleurs », un facteur significatif et positif de la probabilité d'innover.

Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
Secrétariat Général
SERVICE DE LA STATISTIQUE
ET DE LA PROSPECTIVE

3 rue Barbet de Jouy
75349 PARIS 07 SP
<http://www.agreste.agriculture.gouv.fr>

Directrice de la publication : Béatrice Sédillot
Rédactrice en chef : Catherine Fresson-Martinez
Composition : SSP Toulouse
Impression : AIN - Ministère de l'Agriculture
Dépot légal : à parution
ISSN : 1760-8341
© Agreste 2018



Numéro 42 - avril 2017



Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

Secrétariat général

SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE

Site Internet : www.agreste.agriculture.gouv.fr

Prix : 12,00 €

