

Réf : xxxxx / xxx xxx xxx

Pour tout renseignement concernant cette enquête, vous pouvez contacter  
X xxxxxxx xxxxxx - tél. xx xx xx xx xx - Courriel : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CB

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

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

Nom du correspondant : : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Service, Titre, Fonction : .....

Téléphone : xx xx xx xx xx Télécopie : xx xx xx xx xx

Courriel : .....

**Merci de retourner le questionnaire dans les meilleurs délais**

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°2011X087EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, valable pour l'année 2011. 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.

La présente enquête collecte des informations sur les innovations de votre entreprise introduites au cours des trois années 2008 à 2010. 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 sections 9 et 10. Les différents concepts d'innovation sont définis au début de chacune des sections qui leur sont consacrées dans le questionnaire. De plus, des exemples d'innovation figurent dans la notice explicative.

## 1. Informations générales sur l'entreprise

### 1.1 En 2010, votre entreprise faisait-elle partie d'un groupe et/ou d'un réseau d'enseigne ?

- a - Elle faisait partie d'un groupe Oui  Non   
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) Oui  Non   
b1 - Si Oui, dans quel pays se trouve l'entreprise à la tête de votre réseau d'enseigne ? \_\_\_\_\_

**Dans le cas où votre entreprise appartient à un groupe et/ou un réseau d'enseigne : veuillez ne prendre en compte dans votre réponse que l'activité de votre entreprise (unité légale).**

### 1.2 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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, pays de l'AELE ou pays candidats à l'UE* | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b - Marché national (autres régions en France) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | d - Autres pays   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

\* Autres pays de l'Union européenne (UE) pays de l'AELE ou pays candidats à l'UE : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine, Malte, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, 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 2008 à 2010 ? (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 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 d'autres entreprises.

### 2.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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 à la section 3.  
Dans le cas contraire, veuillez poursuivre.**

Réf :XXXXX

**2.2 Certaines de vos innovations de produits introduites entre 2008 et 2010 étaient-elles :**

		Oui	Non
<b>a - 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"/>

**2.3 Estimez la part de votre chiffre d'affaires en 2010 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 2008 à 2010, <b>nouveaux pour l'un de vos marchés</b> (Oui à 2.2.a)	<input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/>	%
b - à des produits (biens ou prestations de services) nouveaux ou améliorés de façon significative, introduits au cours des années 2008 à 2010, <b>nouveaux uniquement pour votre entreprise</b> (Oui à 2.2.b)	<input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/>	%
c - à des produits (biens ou prestations de services) <b>inchangés ou modifiés de manière marginale</b> au cours des années 2008 à 2010 (y compris revente en l'état de nouveaux biens achetés à d'autres entreprises ou prestations de services fournies par d'autres entreprises)	<input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/>	%
<b>Total</b>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/>	%

**2.4 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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.
- Exclure les innovations n'ayant trait qu'à l'organisation - celles-ci sont couvertes par la section 9.

**3.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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 à la section 4. Dans le cas contraire, veuillez poursuivre.**

**3.2 Au cours des années 2008 à 2010, 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

**3.3 Au cours des années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle mis en œuvre un procédé nouveau ou amélioré de manière significative qui était rendu nécessaire par une innovation de produits (bien ou prestation de services) ?**

Oui  Non

**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 logiciels et de licences ; les travaux d'ingénierie et de développement, le design industriel, la formation, le marketing et la R&D y sont inclus s'ils sont entrepris spécifiquement pour développer ou mettre en œuvre une innovation de produit ou de procédé. Elles incluent également les activités de R&D fondamentales.

**4.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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 2010 ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Si votre entreprise n'a eu aucune activité d'innovation au cours des années 2008 à 2010 (vous avez répondu « Non » aux questions 2.1, 3.1 et 4.1), veuillez passer à la section 8. Sinon veuillez poursuivre.**

## 5. Activités et dépenses d'innovation pour les innovations de produits ou de procédés

### 5.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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 création, menés afin d'augmenter le stock de connaissances pour développer des produits ou des procédés nouveaux ou améliorés		
<b>a1 - réalisée en interne ?</b>	Activités de R&D menées au sein de votre entreprise Si oui, au cours des années 2008 à 2010, ces activités de R&D ont-elles été :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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>	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 et acquises par votre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>b - Acquisition de machines, équipement ou logiciels</b>	Acquisition de machines perfectionnées, d'équipement, de matériels et logiciels informatiques pour produire des produits (biens, prestations de services) ou des procédés nouveaux ou améliorés significativement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>c - Acquisition d'autres connaissances externes</b>	- Liée au développement de produits (biens prestations de services) et procédés nouveaux ou améliorés significativement - Droits et licences (brevets ou autres), l'acquisition de savoir-faire ou d'autres connaissances - Acquise à l'extérieur de l'entreprise (y compris auprès d'entreprises du même groupe ou du même réseau d'enseigne)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>d - Formation</b>	Formation en interne ou en externe de votre personnel, liée directement et spécifiquement aux innovations de produits (biens, prestations de services) ou de procédés (développement ou introduction de ces innovations)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>e - Mise sur le marché de produits innovants</b>	Activités de marketing liées à la mise sur le marché des innovations de produits (biens ou prestations de services), y compris études de marché et campagnes publicitaires de lancement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>f - Design</b>	Activités liées à la conception, l'amélioration ou la modification de la forme/apparence d'un produit (bien ou prestation de services) nouveau ou significativement amélioré	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>g - Autres</b>	Préparation de la mise en œuvre des innovations de produits (biens, prestations de services) ou de procédés - activités non précédemment mentionnées : études de faisabilité, tests, développement de routine informatique, amélioration du matériel, ingénierie de production...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5.2 Estimez le montant des quatre catégories de dépenses d'innovation suivantes pour l'année 2010 seulement :

Les dépenses couvrent les coûts en personnel et les autres coûts associés.  
 Inscrivez « 0 » si votre entreprise n'a effectué aucune dépense d'innovation en 2010.

<b>a1 - R&amp;D réalisée en interne</b> <i>on inclut les dépenses en capital sur les bâtiments et les équipements directement liées à la R&amp;D</i>	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	en milliers d'euros
<b>a2 - R&amp;D réalisée en externe</b>	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	en milliers d'euros
<b>b - Acquisition de machines, équipements ou logiciels</b> <i>on exclut les dépenses d'équipement liées à la R&amp;D</i>	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	en milliers d'euros
<b>c - Acquisition d'autres connaissances externes</b>	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	en milliers d'euros
<b>Total de ces quatre catégories</b>	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	en milliers d'euros

### 5.3 Au cours des trois années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle reçu un soutien financier public pour ses activités d'innovation ?

	Oui	Non
<b>a - Subventions, prêts, avances remboursables, garanties de prêts :</b>		
a1 - des collectivités territoriales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a2 - des organismes nationaux (y compris ministères, Direccte, FUI, Oseo, ANR, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a3 - de l'Union européenne (FEDER, FSE, PCRD, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a3.1 - Dans ce cas, votre entreprise a-t-elle participé au septième Programme Cadre de Recherche et Développement ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>b - Crédit d'Impôt Recherche (CIR)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5.4 Au cours des années 2010 et 2011, votre entreprise a-t-elle demandé un soutien financier public dans le cadre du Programme d'Investissements d'Avenir (grand emprunt) ?

Oui  Non

### 5.5 Si non à la question 5.4, votre entreprise envisage-t-elle de le demander à l'avenir ?

Oui  Non

## 6. Sources d'information et de coopération pour les innovations de produits et de procédés

### 6.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, quelles ont été vos principales sources d'information pour vos activités d'innovation ?

Degré d'importance

*Cochez la case « sans objet » si la source citée n'a pas permis d'obtenir d'information ou n'a pas été utilisée*

		Élevé	Moyen	Faible	Sans objet
<b>Sources propres</b>	a - Sources internes au sein de votre entreprise, de votre groupe ou de votre réseau d'enseigne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<b>Sources de marché</b>				
	b - Fournisseurs d'équipements, matériels, composants ou logiciels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c - Clients ou consommateurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d - Concurrents ou autres entreprises de votre secteur d'activité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e - Consultants, laboratoires commerciaux ou privés, organismes privés de R&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sources institutionnelles</b>	f - Universités ou établissements d'enseignement supérieur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g - Organismes publics de R&D ou instituts privés à but non lucratif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Autres sources</b>	h - Conférences, foires commerciales, expositions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i - Revues scientifiques et publications professionnelles / commerciales / techniques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	j - Associations professionnelles et industrielles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 6.2 Au cours des trois années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle coopéré avec d'autres entreprises ou organismes pour ses activités d'innovation ?

Oui  Non

(si vous avez coché non, passez directement à la section 7)

### 6.3 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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - 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"/>
e - Consultants, laboratoires commerciaux ou privés, organismes privés de R&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f - Universités, établissements d'enseignement supérieur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g - 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"/>

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

## 7. Objectifs des innovations de produits et de procédés introduites entre 2008 et 2010

### 7.1 Objectifs de vos innovations de produits (biens, prestations de services) et de procédés introduites dans les années 2008 à 2010 :

*Si votre entreprise a introduit plusieurs innovations de produits et de procédés, faites une évaluation générale*

	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Sans objet
a - Élargir la gamme des biens ou des prestation de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - Remplacer les produits ou procédés dépassés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - Conquérir de nouveaux marchés ou accroître les parts de marché	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - Améliorer la qualité des biens ou des prestations de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e - Améliorer la flexibilité de la production de biens ou de la fourniture de prestations de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f - Augmenter la capacité de production de biens ou de la fourniture de prestations de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g - Réduire le coût du travail par unité produite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h - Réduire les coûts de matériel et d'énergie par unité produite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i - Réduire les impacts environnementaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j - Améliorer la santé ou la sécurité de vos employés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 8. Facteurs freinant les activités d'innovation en produits ou en procédés

### 8.1 Entre 2008 et 2010, quels facteurs ont freiné vos activités d'innovation ou ont contribué à vous dissuader de vous engager dans des activités d'innovation ?

		Degré d'importance			Facteur non explicatif
		Élevé	Moyen	Faible	
<b>Facteurs liés aux coûts</b>	a - Manque de moyens financiers internes (au sein de votre entreprise, groupe ou réseau d'enseigne)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b - Manque de moyens financiers externes (à votre entreprise, groupe ou réseau d'enseigne)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c - Coûts de l'innovation trop importants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Facteurs liés aux connaissances</b>	d - Manque de personnel qualifié	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e - Manque d'informations sur les technologies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f - Manque d'informations sur les marchés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g - Difficultés à trouver des partenaires de coopération pour l'innovation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Facteurs liés au marché</b>	h - Marché dominé par les entreprises établies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i - Incertitude de la demande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Motifs pour ne pas innover</b>	j - Aucune nécessité en raison d'innovations précédentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	k - Aucune nécessité car absence de demande pour des innovations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 9. Innovation 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.

### 9.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, 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"/>

**Si vous avez répondu « Non » à chacune de ces trois questions, veuillez passer à la section 10. Dans le cas contraire, veuillez poursuivre (question 9.2)**

### 9.2 Objectifs de vos innovations d'organisation introduites dans les années 2008 à 2010 :

*Si votre entreprise a introduit plusieurs innovations d'organisation, faites une évaluation générale*

	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Sans objet
a - Réduction du délai de réponse aux clients (particuliers ou entreprises) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - Amélioration de la capacité à développer de nouveaux produits ou procédés ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - Amélioration de la qualité des biens et des prestations de services ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - Réduction des coûts unitaires de production ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e - Amélioration de la communication ou du partage de l'information dans votre entreprise ou avec d'autres entreprises ou organismes ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 10. Innovation 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.

### 10.1 Au cours des trois années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle introduit les innovations de marketing suivantes :

	Oui	Non
a - modifications significatives de la <b>présentation</b> (apparence) d'un bien ou d'une prestation de services ? (hors modification habituelles et / ou saisonnières, et hors modifications de caractéristiques fonctionnelles ou d'utilisation d'un produit - cf. innovations de produits)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - utilisation de nouvelles techniques ou de nouveaux médias pour la <b>promotion des biens ou des prestations de services</b> (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 méthodes (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'exclusivité, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - nouvelles stratégies de <b>tarification</b> de vos produits (biens ou prestations de services) (par ex. nouvelle méthode permettant de moduler le prix d'un bien ou d'une prestation de services en fonction de la demande, promotions, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Si vous avez répondu « Non » à chacune de ces quatre questions, veuillez passer à la section 11. Dans le cas contraire, veuillez poursuivre (question 10.2)**



Réf : XXXXX

**10.2 Objectifs de vos innovations de marketing introduites dans les années 2008 à 2010 :***Si votre entreprise a introduit plusieurs innovations de marketing, faites une évaluation générale*

Degré d'importance

	Élevé	Moyen	Faible	Sans objet
a - Augmentation ou maintien des parts de marché ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - Introduction de produits sur de nouveaux segments (groupes de consommateurs) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - Introduction de produits sur de nouveaux marchés (aires géographiques) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Créativité et compétences****11.1 Au cours des années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle employé en interne des personnes avec les compétences suivantes, ou obtenu ces compétences de sources extérieures à votre entreprise ?***Vous pouvez cocher à la fois "Compétences internes" et Compétences issues de sources extérieures" si nécessaire*

	Compétences internes	Compétences issues de sources extérieures*	Sans objet
a - Arts graphiques, mise en page, publicité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - Conception d'objets ou de prestations de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - Multimédia (audio, graphisme, texte, images, animation, vidéo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - Conception de sites Web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e - Développement de logiciels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f - Études de marché	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g - Ingénierie / sciences appliquées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h - Mathématiques / statistiques / gestion de bases de données	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i - Veille concurrentielle et / ou technologique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j - Droit / propriété intellectuelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*\* travailleurs indépendants (en free-lance), consultants, autres entreprises indépendantes, autres unités de votre groupe ou réseau d'enseigne, etc.***11.2 Au cours des années 2008 à 2010, votre entreprise a-t-elle utilisé une ou plusieurs des méthodes suivantes pour stimuler de nouvelles idées / augmenter la créativité du personnel de votre entreprise ? Si c'est le cas, cela a-t-il été efficace ?**

	Méthode utilisée et :			Méthode non utilisée
	Efficace	Non efficace	Ne sait pas	
a - Sessions de brainstorming (remue-méninges)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b - Équipes de travail multidisciplinaires ou transversales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c - Rotation des emplois du personnel (vers d'autres services de votre entreprise ou vers d'autres unités de votre groupe ou réseau d'enseigne)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d - Incitations financières envers les employés pour développer de nouvelles idées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e - Incitations non financières envers les employés pour développer de nouvelles idées (temps libre, reconnaissance publique, travail davantage intéressant, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f - Formation des employés sur la façon de développer de nouvelles idées ou stimuler la créativité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Principale innovation au cours des trois années 2008 à 2010****Si vous avez répondu « Oui » à l'un des items des questions 2.1, 3.1, 4.1, 9.1 ou 10.1****12.1 Pouvez-vous décrire votre principale innovation au cours des trois années 2008 à 2010 ?**

.....

.....

**12.2 Comment qualifiez-vous cette innovation ?** *(plusieurs réponses possibles : cochez toutes les cases pertinentes)*Innovation de : a - produits  b - procédés  c - organisation  d - marketing **Temps passé à remplir ce questionnaire :** |\_|\_|\_| minutes**MERCI d'avoir bien voulu compléter ce questionnaire**