

ALIMENTAIRE
PRODUISONS
L'AVENIR

LE CONTRAT DE FILIÈRE



L'INNOVATION, AU CŒUR DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

Guide illustré





POURQUOI UN GUIDE SUR L'INNOVATION DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE ?



L'innovation est un levier essentiel de la compétitivité et de la responsabilité des entreprises. Elle leur permet de se différencier avec des produits et services à plus forte valeur ajoutée, de conquérir de nouveaux marchés, de répondre toujours mieux aux attentes et aspirations des consommateurs et des citoyens.

Les entreprises alimentaires innovent régulièrement. Plus de 3 000 innovations « produits » sont mises sur le marché français dans le secteur alimentaire chaque année. Néanmoins, force est de constater que le secteur alimentaire est sous-représenté dans les dispositifs de financement public à la Recherche et Développement (R&D) et à l'innovation.

Les acteurs de la filière alimentaire ont souhaité définir plus précisément la notion d'innovation pour que ses spécificités soient mieux prises en compte. La réalisation d'un guide sur l'innovation a été actée par le Contrat de la filière alimentaire, signé le 19 juin 2013 entre l'Etat et les parties prenantes de la filière.

Ce guide a vocation à promouvoir une définition partagée de l'innovation dans le secteur alimentaire, reflet de sa diversité. Il doit inciter les entreprises alimentaires à lancer des projets d'innovation et fournit des conseils pour le financement de ces projets. Il doit aussi permettre aux acteurs du financement de mieux appréhender les particularités de l'innovation dans le domaine alimentaire.

CHIFFRES CLÉS DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE

- ✓ **3 000** innovations « produits » par an (Ania)
- ✓ Tous les **5 ans**, un demi-supermarché est renouvelé (XTC)
- ✓ **61 %** des entreprises ont innové en 2010 (Agreste)
- ✓ Crédit Impôt recherche : **1^{er}** guichet de financement de la R&D dans le secteur alimentaire (46 M€ en 2011)
- ✓ **44 M€** de financements à l'innovation accordés au secteur par Bpifrance en 2013 (ensemble des dispositifs nationaux de soutien direct à la filière alimentaire)

COMMENT DEFINIR L'INNOVATION DANS LE DOMAINE ALIMENTAIRE ?

Un constat partagé avec l'ensemble des acteurs de la filière alimentaire est la difficulté à donner une définition consensuelle de l'innovation. Toutefois, certains concepts généraux sont applicables au secteur alimentaire.

L'innovation est la création d'un avantage concurrentiel par un nouveau produit ou service, une nouvelle organisation ou un nouveau procédé¹. **L'innovation se constate par le succès commercial ou sociétal qu'elle rencontre.** En ce sens, elle se distingue de l'invention, qui correspond à une méthode, une technique, un bien ou un service, utile à la résolution d'un problème donné².

L'innovation n'est pas seulement technologique. Dans le secteur alimentaire, l'innovation non technologique (52% des innovations) avec notamment des innovations marketing et organisationnelles (35 % et 39 % respectivement) est davantage présente que l'innovation technologique (44 % des innovations dont des innovations produits (31%) et procédés (30 %))³.

L'innovation est souvent associée à la R&D, mais elles ne doivent pas être confondues. **L'innovation n'implique pas forcément de la R&D et la R&D n'aboutit pas toujours à des innovations.** La R&D désigne les travaux entrepris en vue d'accroître la somme des connaissances, ainsi que l'utilisation de ces connaissances pour de nouvelles applications. Elle peut ainsi être une composante du processus d'innovation parmi toutes les autres activités indispensables à l'adoption

d'un produit ou de services nouveaux. De nombreuses opérations techniques, marketing, organisationnelles, financières et commerciales peuvent être novatrices et conduire au succès commercial de produits/services nouveaux ou améliorés. L'innovation doit avant tout rencontrer des utilisateurs, des consommateurs et donc un marché.

Le secteur alimentaire privilégie les **innovations incrémentales** en apportant des améliorations sur les produits existants, notamment par l'élargissement de gammes et le développement de nouvelles recettes ou l'adaptation de celles-ci pour tenir compte par exemple des nouvelles recommandations nutritionnelles (réduction de sel, matières grasses...), où encore la déclinaison de formats de packagings. L'innovation incrémentale correspond à un processus progressif et continu d'innovation. En effet, l'acceptation par les consommateurs de l'innovation dans l'alimentation est essentielle et limite les possibilités d'**innovation de rupture**.

La R&D et l'innovation dans le secteur alimentaire peuvent s'effectuer en partenariat avec de nombreuses structures :

- ✓ des organismes de recherche de haut niveau (INRA, CIRAD, IRSTEA ...),
- ✓ 1 réseau d'instituts techniques agro-industriels et 1 réseau d'instituts techniques agricoles, des centres de ressources et de plateformes technologiques, acteurs essentiels de la R&D collective,
- ✓ 12 pôles de compétitivité, structures d'animation dédiées à l'émergence de projets collaboratifs de R&D visant à renforcer la compétitivité des entreprises françaises,
- ✓ 1 réseau d'Unités Mixtes de Technologies et de Réseaux Mixtes de Technologie, outils de production et de diffusion de connaissances.

¹ Réseau RETIS, livre blanc « 10 propositions pour favoriser l'innovation en France »

² CNAM - Rémi Barré

³ Enquête CIS2010-2010- traitements SSP (MAAF)

VOICI DEUX EXEMPLES D'INNOVATIONS INCRÉMENTALES



La Toulousaine des farines, filiale de la coopérative Arterris, a créé en partenariat avec l'ensemble de la filière **LA MIE'NUTIE**, première baguette 100% blé dur. Cette baguette élaborée avec 100% de farine de blé dur provenant du Languedoc-Roussillon et de Midi-Pyrénées est réservée à une fabrication artisanale par des boulangers. Derrière la Mie'nutie, se cache une double innovation :

- Innovation produit d'une part : utiliser du blé dur en tant que matière première exclusive en panification (les manuels de technologies boulangères admettent que seul le blé tendre est panifiable) ;
- Innovation technologique d'autre part : réussir la réduction de blé dur en farine, ayant une si faible granulométrie (inférieure à 200µ), tout en préservant certaines qualités boulangères, sur un diagramme mouture blé tendre.

La Mie'Nutie, baguette 100% blé dur, cache une double innovation produit et technologique.




Fabrègue traiteur a développé des spécialités régionales en bocal, offrant une facilité de consommation. Crédit photo : Studio Azambre / CEPROC.



L'entreprise **FABREGUE TRAITEUR** (Cantal) a développé avec l'aide du CEPROC Evolution Pro une gamme de semi-conserves originales, offrant une facilité de consommation : pâté en croûte, chou farci, boudin noir aux herbes. L'entreprise a vu l'enthousiasme des clients autour des produits et son chiffre d'affaires progresser de 10000 € la première année. Monsieur Fabrègue compte bien continuer leur développement en les proposant à la vente en ligne.

Par opposition, **l'innovation de rupture** est un processus d'évolution non linéaire et correspond à la création d'un nouveau marché radicalement différent des marchés existants. Une innovation de rupture peut placer l'entreprise qui la pratique en position de leader si l'innovation rencontre son marché. L'innovation de rupture dans le secteur agroalimentaire est beaucoup plus rare mais des succès existent néanmoins.

VOICI DEUX EXEMPLES D'INNOVATIONS DE RUPTURE

 Le procédé de cuisson **ACTIFRY** de SEB allie gourmandise, santé et praticité. Ce procédé couplant air chaud et brassage mécanique permet de réaliser des frites dorées et savoureuses en toute simplicité, en utilisant une seule cuillère d'huile. Les aliments cuits avec le procédé présentent donc un faible taux de matières grasses et s'intègrent parfaitement à un régime alimentaire équilibré. Avec ce système, plus de bains d'huile dégradés utilisés à répétition, et on peut choisir le type d'huile : olive, tournesol, pépins de raisin... elles conviennent toutes. Chacune apportant, en proportions différentes, les acides gras saturés, mono insaturés et poly insaturés fondamentaux pour l'organisme.



SEB révolutionne la cuisson des frites avec le procédé de cuisson Actifry.



Il est dorénavant possible de râper et couper son vinaigre, grâce aux travaux de développement des sociétés Globe Export et La Fruitière du Val Evel.

 **POUSS' & RAP'** est une aide culinaire innovante surgelée râpable à base d'algues et de purée de fruits (Grand Prix Sirha Innovation 2013).

Le « Vinaigre à Râper » est une nouveauté 2013 présentée par deux entreprises partenaires bretonnes depuis leur rencontre sur le Sirha 2011, Globe Export et La Fruitière du Val Evel. Fortes de leur expertise respectives dans les algues alimentaires et la surgélation de purées de fruit, et plaçant l'innovation au cœur de leur stratégie, elles ouvrent un champ des possibles considérable, tant en terme de présentation et d'utilisation de leurs ingrédients de base, que d'expériences sensorielles inédites.

Le vinaigre à râper est présenté en bûchette ou en pouss-pouss surgelé. Il peut se râper, se couper ou se travailler à l'emporte-pièce. Il peut être utilisé râpé sur des salades, en décoration de plats, ou inclus en tranche dans des amuses-bouches



LES DIFFÉRENTS TYPES D'INNOVATION QUE L'ON PEUT RETROUVER DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE

Les produits innovants présentés dans ce guide ne sont que des exemples parmi tant d'autres et visent à illustrer la diversité de l'innovation dans le secteur alimentaire. Lorsqu'une entreprise innove, elle ne se limite pas à un seul type d'innovation et en combine la plupart du temps plusieurs.

LES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES

L'INNOVATION DE PRODUITS

Mise sur le marché d'un produit nouveau ou significativement modifié par rapport aux produits existants sur le marché

Néanmoins, adopter les innovations existantes demeure une nécessité pour rester compétitif. Les changements de packaging ou de design qui ne s'accompagnent pas d'une modification des fonctionnalités ou usages ne constituent pas une innovation produit.



LA COOPÉRATIVE DES SAUNIERS DE L'ÎLE DE RÉ a développé un produit intitulé « Galets de Sel ».

Plus besoin de rajouter du sel pendant ou après la cuisson car le galet correspond au juste dosage de sel recommandé pour un litre. Simplicité et praticité d'utilisation sont liées à un juste respect des recommandations nutritionnelles. Le sachet zippé, hermétique, assure également des conditions de stockage optimal du sel.



▲ La Coopérative des Sauniers d'Île de Ré propose la juste dose de sel sous forme ludique, pour simplifier le quotidien du consommateur.



▲ La conserverie Groix et Nature a su détourner l'usage du homard pour faire une aide culinaire originale



La conserverie **GROIX ET NATURE** propose un produit innovant en détournant l'utilisation culinaire habituelle du homard. Elle propose une huile de homard élaborée à partir de homard bleu, d'huile de pépins de raisins et d'aromates. Il s'agit d'une aide culinaire originale et créative qui permet de relever et d'assaisonner intensément les plats aussi variés que filets de poissons crus ou cuits, risottos de la mer, tagliatelles aux fruits de mer, salades, sushis, tartares. Véritable innovation produit récompensée au SIAL 2012, elle révolutionne l'usage culinaire du homard.

L'INNOVATION DE PROCÉDÉ

Mettre en œuvre des procédés de production, des méthodes de distribution ou de livraison, nouveaux ou significativement modifiés

Monsieur Fabrice Félix, boulanger-pâtissier, a créé une machine de nettoyage qui fait gagner du temps aux boulangers et qui aide à préserver leur santé.



FABRICE FÉLIX, BOULANGER-PÂTISSIER

à Wassy (Champagne-Ardenne), a eu l'idée de créer une machine qui brosse et aspire les toiles de lin. Cette machine baptisée l'« Aspitoile » est une table permettant de nettoyer en profondeur les couches de lin chargées de farine. Cette machine peu encombrante et très simple d'utilisation, car compatible avec certains aspirateurs professionnels, permet de limiter les émissions de poussières de farine et également de faire gagner un temps précieux aux boulangers. Ce procédé est important pour la boulangerie car la poussière de farine peut causer des problèmes de santé à certains boulangers. Cette machine au service des boulangers a remporté le trophée de la meilleure innovation lors du salon Européen de mars 2012.

L'« Aspitoile » est commercialisé par la société Pharaon situé à St Amand les Eaux (Nord).



▲ Robot de la Confiterie du Roy René en action, conditionnant les calissons d'Aix.



« Les ventes de calissons d'Aix sont soumises à une forte saisonnalité. Chez la **CONFISERIE DU ROY RENÉ**, nous réalisons près des deux-tiers de notre chiffre d'affaires annuel sur les quatre derniers mois de l'année. Cette concentration nous pose un énorme problème de travailleurs saisonniers, toujours plus difficiles à trouver. Pour cette raison nous avons décidé d'automatiser une fonction très utilisatrice de main d'œuvre : le conditionnement des calissons dans nos alvéoles. Nous avons fait appel à un équipement stéphanois, spécialisé dans la robotisation agro-alimentaire : Siléane. Ce robot, de type araignée a la particularité de déplacer les calissons avec une pince, car la glace royale qui recouvre le calisson n'est pas assez résistante à la sortie du four pour pouvoir être aspiré par une ventouse. Le défi consistait à créer une pince performante (le robot emballe 300 calissons à la minute) sans altérer le calisson, très fragile à la sortie du four. » Maurice Farine, Président Directeur Général de la Confiterie du Roy René.

LES INNOVATIONS NON TECHNOLOGIQUES

L'INNOVATION DE MARKETING

Mise en œuvre de concepts ou de stratégies de ventes nouveaux ou significativement améliorés

Les changements de design ou de packaging sont des innovations de marketing

►
Pari réussi après plusieurs années d'essai : chez Cristal Union, le sucre emballe le sucre.



► Face à la raréfaction des ressources pétrolières, à la nécessité de mieux maîtriser les impacts environnementaux et à l'évolution des attentes consommateurs, le groupe coopératif **CRISTAL UNION**, avec CristalCo qui commercialise les produits Daddy, s'est intéressé très tôt aux bioplastiques, dont les polymères ne sont plus issus du pétrole mais de matières premières végétales. Pour que « le sucre emballe le sucre », le défi a été très important. Plusieurs années d'essais ont été nécessaires pour réussir le pari de l'emballage végétal, issu donc de ressources renouvelables. Dorénavant, la boîte rose Daddy est composée de plus de 90% de plastique d'origine végétale pour des résultats environnementaux concrets et mesurables : 400 tonnes de CO₂ en moins et un allègement de 13% du poids de la boîte.

► **INNO'VO** est née de la volonté de placer l'innovation au cœur de la stratégie du groupe coopératif viticole Val d'Orbieu Uccoar, 1^{er} producteur de vin en France, fédérant 2 500 vignerons adhérents. L'innovation réside dans l'utilisation d'un nouveau conditionnement en poche souple autoportante (doypack) de 25cl, avec bouchon à vis, pour proposer une gamme de vin à usage culinaire nommée « Les Secrets de Lou ». Inno'vo a développé cette offre comme réponse à l'émergence de la « cuisine facile à domicile ». La praticité de l'emballage (souplesse, tenue) est associée à une meilleure conservation du vin une fois le « Mini Wine pack » ouvert (bouchon à vis refermable) et à une identité visuelle contemporaine. Proposés en Vin Blanc Sec et Vin Rouge, « Les Secrets de Lou » donnent du caractère aux plats, sauces et courts bouillons. Le packaging présente un QR code qui renvoie sur une application pour mobiles et un lien internet afin d'obtenir des idées recettes.


Inno'Vo répond à l'émergence de la cuisine facile à domicile par une gamme de vins en poche souple autoportante, qui allie la praticité et une meilleure conservation du vin.




VAL D'ORBIEU UCCOAR

L'INNOVATION D'ORGANISATION

Une nouveauté ou une amélioration significative du fonctionnement de la société, que ce soit dans le domaine de l'organisation du travail, de la gestion des connaissances ou encore des relations avec les partenaires extérieurs

 A Briec de l'Odet, le collectif de salariés Stergann accompagne les salariés du site dans un processus de changement de culture et d'organisation : les salariés sont invités à construire ensemble leur organisation de demain. « Notre défi est de créer un environnement de confiance et de bienveillance pour que chacun retrouve la capacité à inventer son quotidien. Chez **POULT**, les outils classiques de management ont disparu : plus de comité de direction, plus de budget... Nous avons supprimé tous les postes dont la seule justification est le contrôle des autres. Comme Xavier Brault à Briec, les animateurs de sites sont au service de leurs équipes et du développement de leurs collaborateurs. Dans une entreprise libérée, la chaîne de responsabilité est complètement bouleversée. » Mehdi Berrada, Directeur Général adjoint chez Poul.

 La société **ECOMIAM** commercialise des produits surgelés locaux. Elle décongele aussi les relations dans l'entreprise. « L'entreprise était organisée en structure pyramidale classique. Je lui ai substitué la pyramide inversée car les meilleures réponses appartiennent souvent aux équipes sur le terrain et aux clients. Ce qui suppose que l'information circule vite et bien et implique aussi que les salariés ne se cantonnent pas aux tâches fixées par leur fiche de poste. Nous organisons trois fois par an des « remue-ménages » avec les responsables magasin pour définir ensemble les priorités stratégiques. Le partage d'information au sein de l'entreprise crée un sentiment de responsabilité qui nous fait avancer. Cette nouvelle organisation horizontale se formalise également par l'utilisation d'un réseau social d'entreprise, amené à remplacer les échanges par e-mail. » Antoine Sauvaget, Directeur Général d'Ecomiam.



◀ Chez Poul, les salariés sont invités à construire ensemble leur organisation de demain. Crédit photo : Emmanuel Pain.

Les sessions de « remue-ménages » chez EcoMiam créent un sentiment de responsabilité qui fait avancer l'entreprise. ▼



L'INNOVATION ENVIRONNEMENTALE

Introduction d'un procédé ou méthode de production, d'organisation ou de marketing nouveau ou amélioré significativement, qui génère un bénéfice environnemental comparé aux alternatives existantes.

La Confiserie du Roy René, à la pointe du Développement Durable.
Crédit photo : Christophe Gulizzi.



La **CONFISERIE DU ROY RENÉ** bénéficie du label environnemental Bâtiment Durable Méditerranéen. *« Pour obtenir cette distinction nous avons construit une usine en pierres massives (blocs de 50 cm d'épaisseur) créant une superbe inertie thermique. Nous avons équipé notre toit de panneaux photovoltaïques (2500m²) nous rendant énergétiquement positif certains jours de l'année. Nous traitons l'eau par une station d'épuration biologique nous permettant de réutiliser l'eau totalement puisque l'eau traitée est utilisée dans nos sanitaires et pour l'arrosage de l'amanderaie qui entoure l'usine. Nous avons également réétudié entièrement notre process de fabrication afin de le rendre plus "développement durable" : les matières premières sont stockées au 1^{er} étage et toutes les machines sont approvisionnées par gravitation (moins d'effort pour nos salariés). Ces mêmes matières premières qui étaient emballées en cartons de 10kg doublés d'une poche plastique sont livrées aujourd'hui dans des conteneurs réutilisables créant moins de déchets ultimes. »* Maurice Farine, Président Directeur Général de la Confiserie du Roy René.



Lauréat de la première édition des « Talents du vin » dans la catégorie « innovation », la cave coopérative des **VIGNERONS DE BUZET** a innové en 2013 en testant un dispositif d'analyse du sol utilisant la photographie par drone de parcelles de vignes, en l'occurrence celles du domaine de Gueyze. Objectif : gérer le plus finement possible l'usage des engrais dans le vignoble de Buzet. Engagée depuis des années dans une ambitieuse démarche de responsabilité sociétale des entreprises qui lui a valu plusieurs distinctions (dont en 2014 la médaille d'or au concours du Botanical Research Institute du Texas), la cave a activement participé au développement de l'expérimentation avec Telespazio France, spécialiste en géo information.

Cartographie par drone
du Domaine de Gueyze.
Crédit photo : Vignerons de Buzet.



L'INNOVATION DE SERVICES

Une innovation qui apporte de la valeur ajoutée au client :

- ✓ soit par la création d'un service nouveau en tant que tel ou l'adjonction d'un service nouveau à un produit ;
- ✓ soit par la création d'un nouveau mode d'administration du service ;
- ✓ soit par un service lié à des innovations organisationnelles ;
- ✓ soit sur l'amélioration d'un process existant ;
- ✓ ou le cumul des quatre précédents



La start-up **NDMAC SYSTEMS** lance un concept innovant de table connectée, donnant accès à l'utilisateur aux réseaux sociaux et à des contenus personnalisés. *« Il y a des bars dans lesquels les clients se servent seuls, mais rien de comparable à notre produit qui présente une double innovation technologique et d'usage, apportant une nouvelle expérience aux utilisateurs. »*

C'est un bel outil de consommation et de partage : sur une table design contenant des fûts écologiques de bière, de vin ou de soda, une tablette connectée permet au consommateur de choisir ce qu'il va boire, de se servir, d'obtenir des renseignements sur sa boisson, de donner son avis et de le partager en direct avec un client de bar équipé à New-York, Shanghai ou Sydney. » Jean-françois Istin, Président de NDMAC Systems.

◀ “Le bar connecté”, double innovation technologique et d'usage imaginée par le start-up NDMAC Systems, apporte une nouvelle expérience de consommation aux utilisateurs. Crédit photo : Emmanuel Pain.

La société **SAVEURS ET VIE**, spécialiste de la livraison de repas à domicile depuis 2001, a développé un service unique en son genre pour ses clients : elle met à disposition un suivi nutritionnel personnalisé à domicile. Ainsi, le client bénéficie d'un bilan nutritionnel avec une diététicienne dès son premier appel, de repas personnalisés et adaptés à son éventuelle prescription médicale, et d'un suivi régulier sur son état nutritionnel.

Pour garantir un suivi assidu au domicile de ses clients, Saveurs et Vie met à disposition de ses livreurs l'application smartphone « Sérénité et Vigilance ». Elle permet de surveiller la situation au domicile : hygiène, état général, etc. Ces informations de veille sociale sont immédiatement remontées aux diététiciennes. En cas d'alerte, un sms est envoyé aux aidants familiaux.

Depuis 2008, Saveurs et Vie déploie une nouvelle offre dénommée le Passerport Nutrition Santé. Cette innovation reconnue par BPI France est destinée aux collectivités et aux établissements de santé. Ce nouveau dispositif permet de détecter beaucoup plus tôt la personne dénutrie. Elle s'appuie sur un ensemble d'acteurs agissant en réseau avec, dans les villes, les CCAS (Centre Communal d'action sociale), les professionnels de santé mais aussi les établissements hospitaliers. Cette opération innovante s'inscrit dans une démarche de santé publique, la prévention et la prise en charge de la dénutrition figurant parmi les axes majeurs du Programme National Nutrition Santé.

◀ Bien manger pour bien vivre devient facile avec le service unique imaginé par la Société Saveurs et Vie : un suivi nutritionnel personnalisé accompagne la livraison des repas à domicile.



QUELQUES CONSEILS SUR LE FINANCEMENT DES PROJETS D'INNOVATION

La France dispose d'un large éventail de dispositifs d'aides permettant de financer toutes les activités d'innovation, en passant de la recherche au développement, jusqu'au lancement commercial.

On retrouve la majorité des aides pour le financement des projets de R&D et d'innovation, individuels et collaboratifs, **au sein de Bpifrance** (établissement public créé pour offrir l'ensemble des instruments de soutien financier aux entreprises : aides à l'innovation, financement bancaire, fonds propres).

Outre les aides directes de Bpifrance, le **crédit d'impôt recherche (CIR)** est la principale forme de soutien fiscal à la R&D des entreprises en France. Le CIR est une réduction de l'impôt assis sur la dépense en R&D de l'entreprise. Sont couvertes par le CIR les activités de recherche fondamentale (contribution théorique ou expérimentale à la résolution de problèmes techniques) ou appliquée (applications possibles des résultats d'une recherche fondamentale) et les activités de développement expérimental (prototypes ou installations pilotes). Pour que les activités de R&D soient éligibles au CIR, le projet de R&D doit présenter une originalité, une amélioration substantielle évaluée au regard d'un état de l'art identifiant les connaissances manquantes, les verrous scientifiques et techniques à lever pour atteindre les objectifs du projet de R&D. L'état de l'art peut être établi à partir de sources diverses, notamment de publications scientifiques et techniques, de brevets ou de bases de données techniques.

Les entreprises qui souhaitent bénéficier du CIR peuvent au préalable sécuriser l'éligibilité de leur programme de dépenses de recherche en demandant un **rescrit fiscal. Les dépenses de R&D externalisées peuvent être éligibles au CIR** si l'organisme prestataire bénéficie d'un agrément attribué par le Ministère en charge de la Recherche (organismes publics de recherche, centres techniques industriels, certains centres de recherche technologique, certaines sociétés privées).

En outre, depuis 2013, le CIR a été élargi à certaines dépenses d'innovation réalisées en aval de la R&D portant sur des activités de conception de prototype de nouveaux produits ou installations pilotes. Ce nouveau dispositif, le **Crédit d'Impôt Innovation (CII)**, est destiné aux PME.

OÙ S'ADRESSER ?

→ à Bpifrance :

<http://www.bpifrance.fr/>
(coordonnées du chargé d'affaires de Bpifrance le plus proche de chez vous disponibles sur le site)

→ à l'administration fiscale

→ aux Délégations régionales à la Recherche et à la Technologie (DRRT)
<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/pid24835/credit-impot-recherche-cir.html>

→ dans le cas du CII : aux Directions Régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi

<http://www.economie.gouv.fr/instruction-fiscale-credit-impot-innovation>

Un peu d'histoire

L'acceptation de l'innovation par les consommateurs est essentielle. Le fait n'est pas nouveau.

L'innovation n'est pas toujours valorisée car le public a la nostalgie d'un passé idéalisé. En fait le processus d'innovation est récurrent. Par exemple les vinaigres aromatisés que l'on apprécie depuis quelques années existaient déjà dans la décennie 1780. Combinée à l'évolution des sociétés, l'innovation naît dans un contexte propice, connecté à des marchés multiples. La fabrication de la farine lactée à la vanille de Poulain en 1884, par exemple, a dû son succès à cette convergence.

Au regard de l'Histoire, l'innovation implique autant l'artisan des métiers de bouche qui introduit une qualité de produit nouvelle que l'industriel qui modifie ses procédés de fabrication. Par des techniques inventées et par des changements d'organisation ou de services apportés, les entreprises de la filière alimentaire accompagnent l'histoire du monde au quotidien.

Jean-Pierre Williot, Directeur de l'Equipe Alimentation, Université François Rabelais de Tours.



+ POUR EN SAVOIR PLUS

- Le Crédit Impôt Recherche : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/pid24835/credit-impot-recherche-cir.htm>
- Le Panorama des IAA, édition 2014 : agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-iaa
- Les pôles de compétitivité : <http://competitivite.gouv.fr/>
- Les instituts techniques agro-industriels : <http://www.actia-asso.eu/accueil/index.html>
- Les RMT/UMT : <http://agriculture.gouv.fr/reseaux-et-unites-mixtes>
- La liste des plateformes et centres de ressources technologiques : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid5777/les-structures-de-diffusion-de-technologies.html>

REMERCIEMENTS

Ce guide, réalisé dans le cadre du contrat de filière alimentaire, a été coordonné par la plateforme de référence sur l'innovation dans la filière alimentaire Food For Life France.

Tous nos remerciements à l'ensemble des parties prenantes qui ont contribué à ce travail : l'Alliance 7, l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA), BPI France, Bretagne Développement Innovation, la Confédération Générale de l'Alimentation en Détail (CGAD), Coop de France, le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt (MAAF), le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique (MEIN), l'Université François Rabelais de Tours, et l'ensemble des membres du groupe de travail Financement/Innovation du Comité Stratégique de Filière Alimentaire.



ALIMENTAIRE
PRODUISONS
L'AVENIR

LE CONTRAT DE FILIÈRE

