

Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Enquêtes sur le concours de l'innovation agroalimentaire



Sommaire

Concours de l'innovation agroalimentaire

Objectifs de l'enquête

Méthodologie de l'enquête

- Population de l'enquête
- Méthodologie

Les résultats de l'enquête

- Les entreprises finalistes
- Les produits finalistes
- La satisfaction des finalistes

L'enquête de notoriété

- Méthodologie
- Population de l'enquête de notoriété
- Résultats de l'enquête de notoriété

Le concours

Concours de l'innovation agroalimentaire

Créé en 2004, bisannuel

2 objectifs :

- Valoriser les entreprises qui innovent
- Mettre en avant les partenariats entre centres de compétences et entreprises

Sur 10 ans
(5 éditions)



144 entreprises
candidates



78 produits
finalistes



24 lauréats

Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Objectifs de l'enquête

Objectifs de l'enquête

4 Objectifs

- **Réaliser un panorama des finalistes du concours**
- **Connaitre comment les produits finalistes ont été conçus**
- **Etudier le devenir des produits finalistes du concours**
 - Commercialisation
 - Réussite
- **Obtenir des retours d'opinions sur le concours**

Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Méthodologie de l'enquête

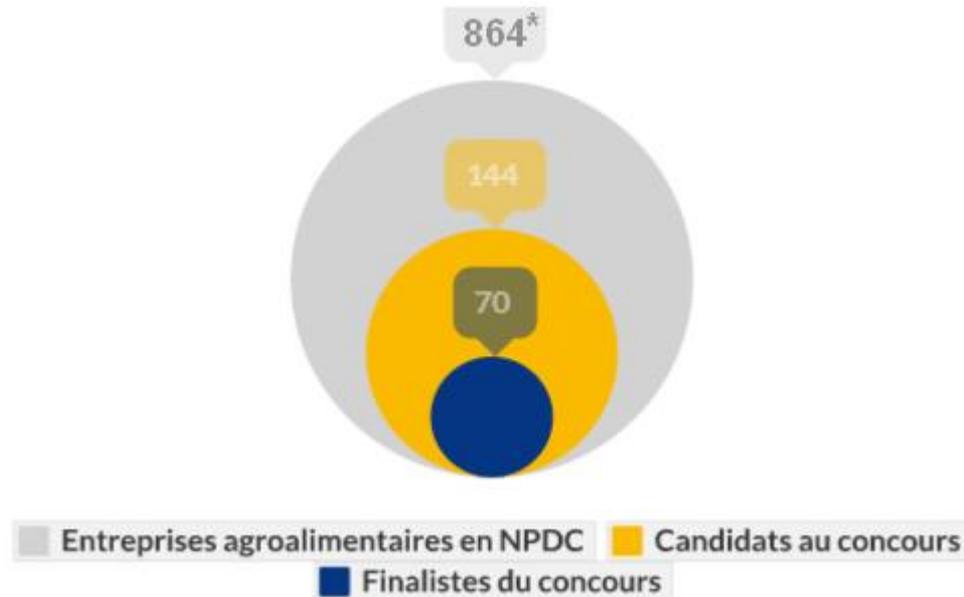
Objectifs de l'enquête

Méthodologie de l'enquête

- 1. Réalisation de 4 entretiens individuels avec 4 entreprises:**
JC David, Leroux, Chocolatier Jeanson et Pâtisserie des Flandres.
- 2. Exploitation des résultats des entretiens individuels**
- 3. Réalisation d'un questionnaire (avec 20 questions ouvertes et fermées) pour diffusion auprès des finalistes du concours**

Méthodologie de l'enquête

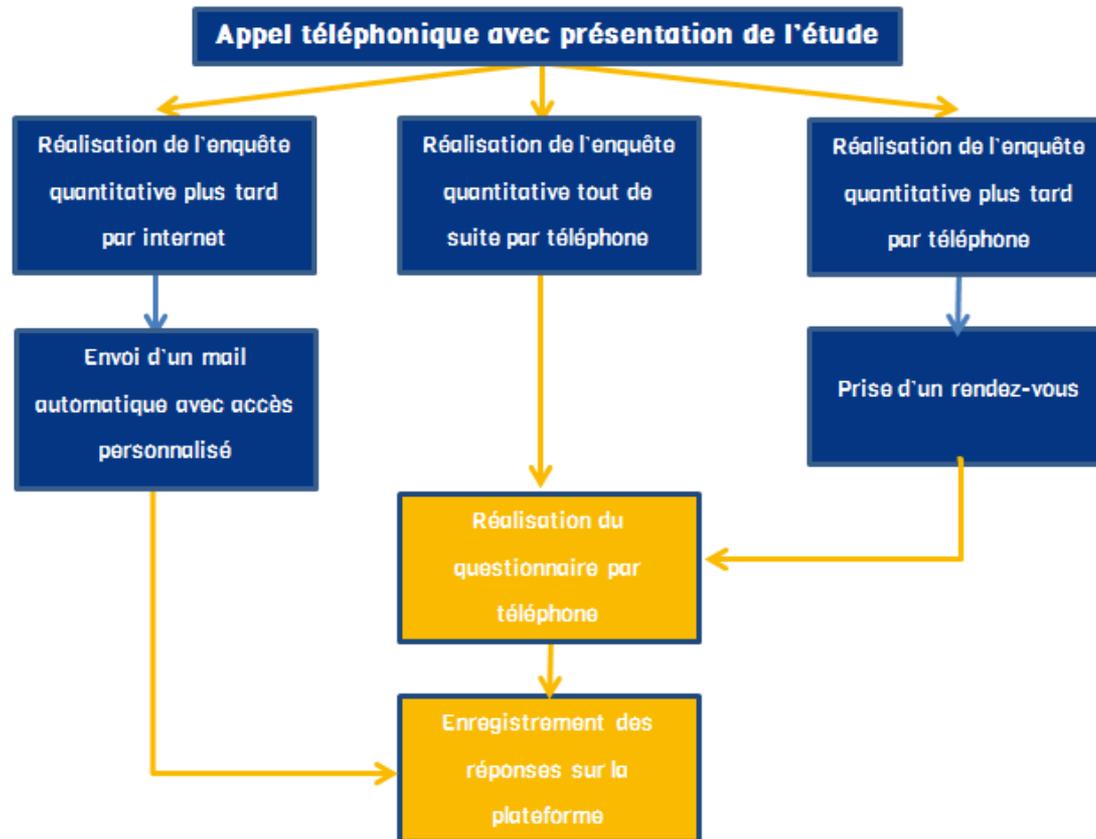
Population de l'enquête



*Entreprise d'au moins 2 salariés. Source : Insee Nord-Pas-de-Calais – Dossiers de Profils n° 96 – Janvier 2010

Méthodologie de l'enquête

Méthodologie



Méthodologie de l'enquête

Répondants à l'enquête



Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Les entreprises finalistes

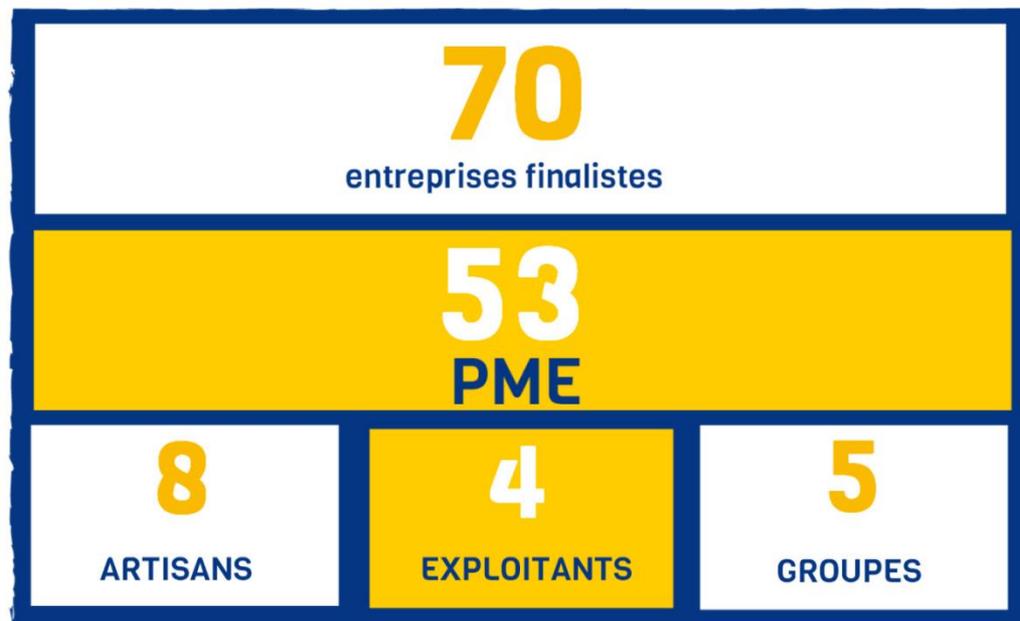
Les résultats de l'enquête

Les entreprises finalistes



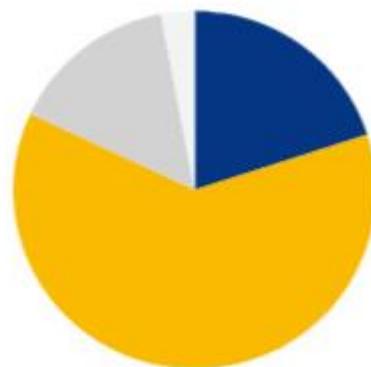
Finaliste en activite Cessation d'activite

LE STATUS D'ACTIVITE



Les résultats de l'enquête

Les entreprises finalistes



■ 0 commerciaux (20%)

■ 1 a 3 commerciaux (62%)

■ 4 a 8 commerciaux (15%)

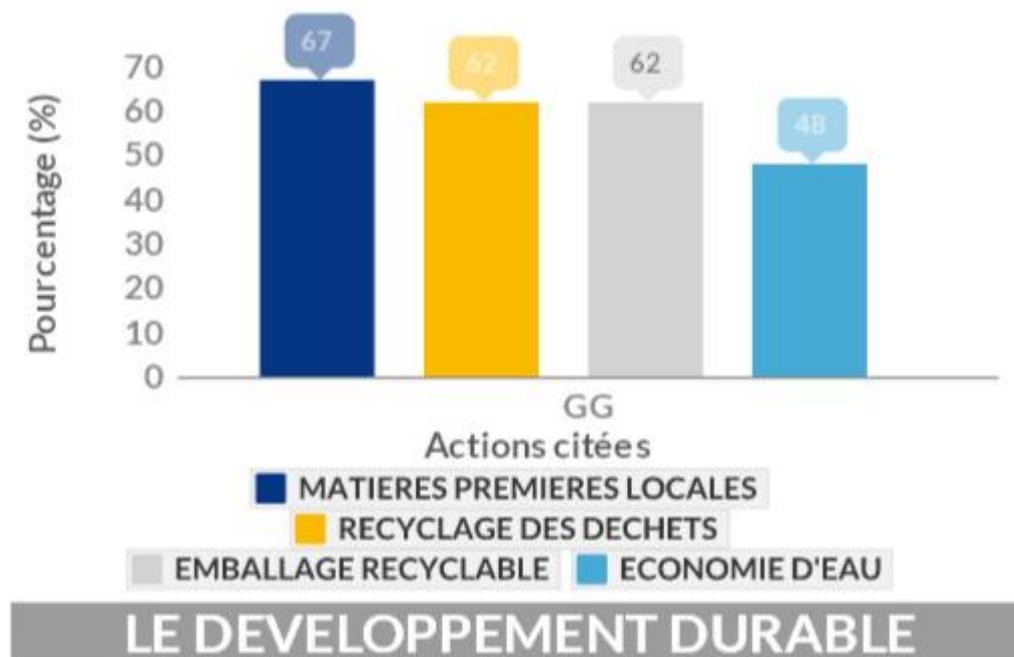
■ Plus de 8 commerciaux (3%)

LA FORCE COMMERCIALE

Les résultats de l'enquête

Les entreprises finalistes

67%
DES FINALISTES
AGISSENT SUR LE
DEVELOPPEMENT
DURABLE



Les résultats de l'enquête

Les entreprises finalistes



LES OUTILS D'INNOVATIONS

Les résultats de l'enquête

Les entreprises finalistes



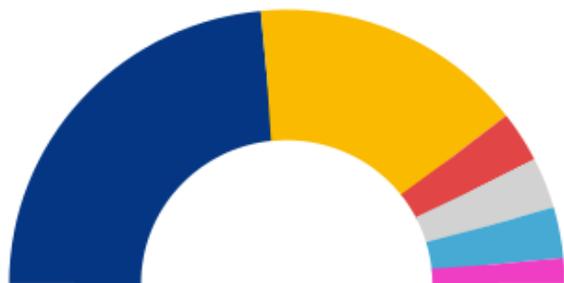
Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Les produits finalistes

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes



ORIGINE DE L'IDEE DU PRODUIT



79% des idées de produits en interne



47% des idées de produits viennent du dirigeant

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes



Développés en moins d'un an

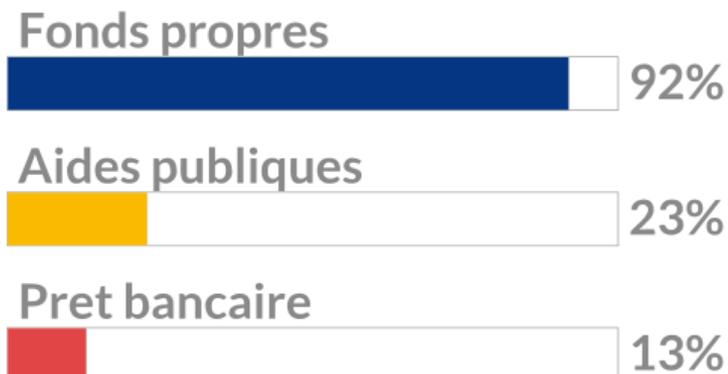


Financés sur des fonds propres



Moins d'un an (74%) Entre 1 et 2 ans (20%)
Plus de 2 ans (6%)

LE TEMPS DE DEVELOPPEMENT



LE FINANCEMENT DES PROJETS

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes

-  Positionnement « Haut de gamme »
-  Répondent à une attente consommateur
-  Axés sur la qualité nutritionnelle
-  Pas de positionnement sur le « prix »

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes



Sur 41 produits finalistes:
60% toujours commercialisés
(certains depuis 2004)



La tendance nationale 2010*

*selon XTC



Les produits finalistes 2010

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes

Sur 40 produits finalistes :
Seulement un tiers d'échecs
Tendance nationale : 70%
d'échecs*



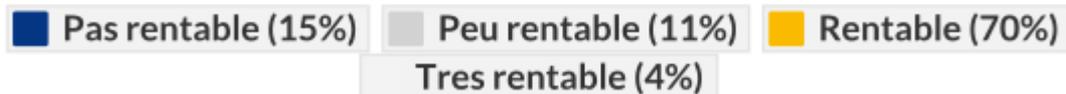
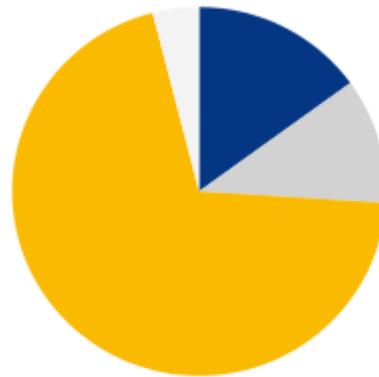
Raison du succès : Notoriété, Ventes, CA

Raison d'échecs : Faibles ventes, distribution, marché immature

*Stéphane Marcel, TNS Sofres, Gagner la bataille de l'innovation, Expertise innovation & compréhension des marchés

Les résultats de l'enquête

Les produits finalistes



LA RENTABILITE

Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

La satisfaction des finalistes

Les résultats de l'enquête

La satisfaction des finalistes



82% des finalistes sont satisfaits du concours

- ✓ **Bonne organisation du concours**
- ✓ **Facilité à candidater au concours**
- ✓ **Aspect multidisciplinaire du jury**

Les résultats de l'enquête

La satisfaction des finalistes



71% des finalistes ont eu des contacts avec la presse



26% ont eu une émulation



32% des finalistes ont des contacts avec des enseignes



53% des finalistes ont eu un gain de notoriété

Les résultats de l'enquête

Les attentes des finalistes



**Améliorer l'aspect
presse**



**Améliorer l'impact
distribution**



**Fort intérêt pour des enjeux nationaux
(SIAL, concours national)**



Opposés à l'apparition de nouveaux prix

Les résultats de l'enquête

Exploitation des résultats avec NFID

Tentative d'exploitation plus poussée des résultats.
Appel à NFID (Nord France Innovation Développement)

Difficulté pour exploiter les résultats:

- Faible échantillon de répondants
- Non-réponses à certaines questions qui compliquent l'analyse

→ En ACP ou AFC: pas de résultats concluants.

Que sont-ils devenus ?

Concours de l'innovation agroalimentaire

Notoriété du concours Et non-candidats

Notoriété du concours

Objectifs

- Identifier des potentiels candidats au concours 2014
- Chiffrer la notoriété du concours
- Connaitre les freins de participation au concours

CIBLE: Entreprises n'ayant jamais participé au concours

Notoriété du concours

Méthodologie

1. Mail contenant une présentation rapide et un lien d'accès vers l'enquête.
2. 3 questions simples.
3. Relance régulière pour les personnes qui ne répondent pas.

Notoriété du concours

Résultats



Crédits

Merci de votre attention

