

Offre de Post-doctorat 2021 (1an)

Sujet : Innovations produits, positionnement environnemental et compétitivité des entreprises françaises du secteur laitier

Contexte et objectifs du post-doctorat

Ce projet de post-doctorat s'inscrit dans un contexte économique caractérisé par une internationalisation croissante des marchés, une montée en puissance de la concurrence internationale, une multiplication des normes publiques et privées et une exigence renforcée de la société à l'égard de son alimentation. La pérennité et le développement des filières agroalimentaires sont fortement liés à leur capacité à innover et à améliorer la qualité de leurs produits tout en maîtrisant leurs coûts. Ce projet de post-doc a pour ambition de traiter des performances des entreprises tant sur les marchés internationaux que sur le marché domestique en intégrant à l'analyse la diversité des types d'innovation, la segmentation des marchés et le positionnement des produits dans les jeux concurrentiels.

La littérature empirique reliant innovation et performance des entreprises est très largement développée en économie industrielle et plus récemment en économie internationale (Aghion et al. 2019)¹. En économie internationale, la performance est mesurée en termes de productivité qui permet ou non l'accès aux marchés internationaux, ce dernier étant aujourd'hui décomposé en différents éléments comme la marge intensive et extensive de l'export de l'entreprise (valeur exportée, nombre de marchés, nombre de produits notamment). L'accès aux marchés internationaux résulte d'un processus de sélection des entreprises les plus productives qui sont les seules à pouvoir supporter les coûts d'accès à ces marchés (Mayer et Ottaviano, 2007)². L'incitation à l'innovation apparaît dans certains articles alors comme un effet de la présence sur les marchés étrangers (Van Beveren et Vandebussche, 2009 ; Damijan et al., 2010)³. Des débats demeurent par exemple sur l'effet de la pression concurrentielle sur les stratégies d'innovation et les performances qui en découlent et notamment sur le marché domestique face à la concurrence étrangère.

L'objectif du post-doctorat est de caractériser l'innovation produits (vu par les consommateurs) proposée par les entreprises laitières françaises. Deux volets seront étudiés

¹ Aghion P, Bergeaud A, Lequien M, Melitz MJ. (2019) The Heterogeneous Impact of Market Size on Innovation: Evidence from French Firm-Level Exports.

² Mayer, T., Ottaviano GIP (2007). "The happy few: the internationalisation of European firms." Bruegel Blueprint Series

³ Damijan, J. P., Č. Kostevc, S. Polanec (2010). "From Innovation to Exporting or Vice Versa?" World Economy 33: 374–398.

Van Beveren, I., H. Vandebussche (2009). "Product and process innovation and firms' decision to export." Journal of Economic Policy Reform 13(1): 3-24.

- le positionnement concurrentiel des firmes laitières françaises sur le marché domestique lorsqu'elles innoveront en ayant un positionnement particulier (par exemple environnemental).

Tout d'abord, il s'agit de caractériser les innovations « produits » sur le marché laitier français en distinguant les innovations proposées par les entreprises françaises de celles de leurs concurrents étrangers. Le post-doctorant évaluera ainsi le positionnement des entreprises françaises sur le marché domestique. Ensuite, il/elle étudiera comment un positionnement spécifique (*e.g.* environnemental) des innovations « produits » modifie ou non le comportement des firmes françaises face à la concurrence étrangère.

- la stratégie des firmes françaises laitières innovantes à l'export au regard de leurs positionnements

Il s'agira d'évaluer si un positionnement spécifique des innovations produit peut être un déterminant clé de la compétitivité internationale des entreprises laitières françaises (productivité, marges intensive et extensive du commerce de l'entreprise).

Données mobilisées

L'application empirique proposera des analyses économétriques basées sur des données françaises. La base de données sera constituée de l'appariement de bases déjà utilisées et connues.

- données INSEE d'entreprises avec caractéristiques détaillées de entreprises-FARE,
- données PRODCOM qui décrivent l'ensemble de la production des entreprises françaises,
- données CIS sur les innovations produits et procédés et
- données françaises de commerce extérieur avec les valeurs et quantités par entreprises-produits-pays de destination ou d'importation).

La dernière source de données est la base MINTEL GNPD. Cette base renseigne pour un produit donné sur un marché : le type d'innovation (nouveau produit, nouvel emballage, nouvelle variété/ extension de gamme, nouvelle formulation, re-lancement), le positionnement du produit (qualité haute, environnement, santé, modes d'usages, naturalité, ...), le circuit de commercialisation (GMS, magasin spécialisé, ...) par couple entreprise-produit. Cette base permet de qualifier l'intensité de l'innovation produit sur un marché et sa diffusion sur les différents marchés de destination (domestique et étrangers).

Localisation :

Le post-doctorat se déroulera sur le site de Nantes de l'unité SMART-LERECO du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021. Il sera co-encadré par Sabine Duvaléix et Karine Latouche.

Compétences recherchées :

Le(La) post-doctorant(e) devra disposer de solides compétences en économie internationale et en économétrie. Des compétences en organisation industrielle seraient un atout.

Contacts :

Les candidats intéressés devront transmettre avant le 15 octobre 2020 un dossier composé d'une lettre de motivation, un CV, le rapport de thèse, la thèse ainsi que tout article publié à karine.latouche@inrae.fr et sabine.duvaléix@agrocampus-ouest.fr.