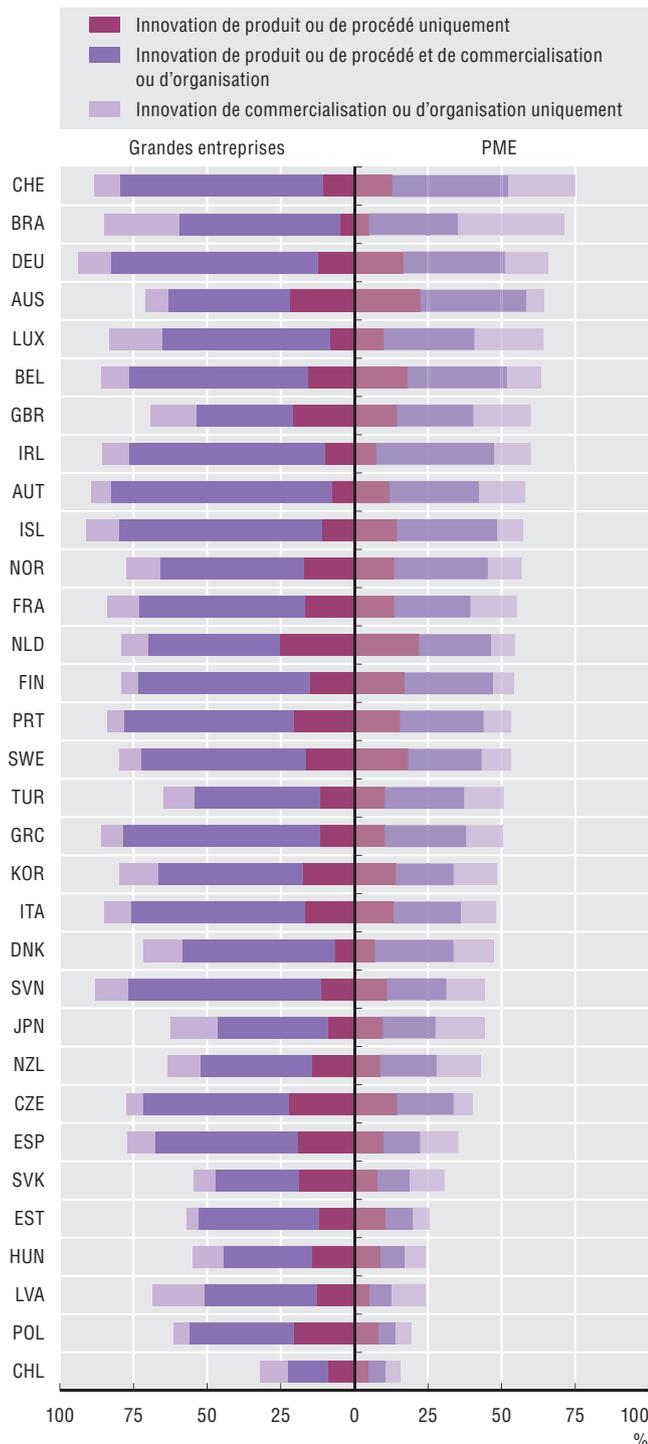


4. L'INNOVATION DANS LES ENTREPRISES

5. Panachage des modes d'innovation

Types d'innovation, par taille d'entreprise, 2012-14

En pourcentage de l'ensemble des entreprises couvertes par les enquêtes nationales sur l'innovation, par catégorie de taille



Note : La comparabilité internationale peut être limitée du fait des différences méthodologiques entre les enquêtes sur l'innovation et des profils de réponses propres à chaque pays. Les pays européens suivent le schéma harmonisé de l'Enquête communautaire sur l'innovation.

Source : OCDE, d'après l'enquête 2017 de l'OCDE sur les statistiques nationales de l'innovation et l'Enquête communautaire sur l'innovation (CIS-2014) d'Eurostat, <http://oe.cd/inno-stats>, juin 2017. Davantage de données via StatLink. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933721934>

Le saviez-vous ?

Dans la plupart des pays, les grandes entreprises sont deux à trois fois plus susceptibles que les PME de commercialiser des produits nouveaux pour le marché.

Il ressort des données recueillies au niveau des entreprises que leurs stratégies d'innovation mêlent différents types d'innovation complémentaires (panachage). Les entreprises innovantes – qu'il s'agisse de grandes entreprises ou de PME – ont tendance à mettre en place de nouvelles méthodes de commercialisation ou de nouveaux modes d'organisation parallèlement aux innovations de produit ou de procédé.

Les indicateurs, qui expriment en pourcentage la part des entreprises ayant introduit au moins une innovation au cours de la période de référence, montrent que, dans tous les pays, il existe un véritable fossé entre PME et grandes entreprises. Le nombre des innovations de produit ou de procédé communiqué est en général plus faible dans le secteur des services que dans le secteur manufacturier.

En considérant à part le sous-ensemble constitué des entreprises qui introduisent des produits nouveaux pour le marché, on obtient une mesure de l'innovation de produit corrigée de la qualité. À quelques exceptions près, les innovations nouvelles pour le marché sont plus fréquentes dans les activités manufacturières que dans les activités de services. En Allemagne, l'écart va du simple au double. De manière générale, l'innovation dans le secteur manufacturier a le vent en poupe dans une majorité de pays de l'OCDE.

Le nombre d'innovations en produits nouveaux pour le marché varie grandement selon qu'elles émanent de grandes entreprises ou de PME (moins de 250 salariés). Dans beaucoup de pays, les innovations nouvelles pour le marché sont rarement le fait des PME. Cela tient probablement aux difficultés que ces entreprises rencontrent quand elles s'efforcent de changer d'échelle, ce qui les empêche de transformer ou de révolutionner les marchés.

Définitions

L'édition 2005 du Manuel d'Oslo (OCDE et Eurostat, 2005), en cours de révision, recense quatre types d'innovation en fonction de leur objet :

Innovation de produit : introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné. Cette définition inclut les modifications apportées aux spécifications techniques, aux logiciels ou composants intégrés, à la convivialité ou à d'autres caractéristiques fonctionnelles.

Innovation de procédé : mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette définition inclut les modifications apportées aux techniques, au matériel ou les logiciels.

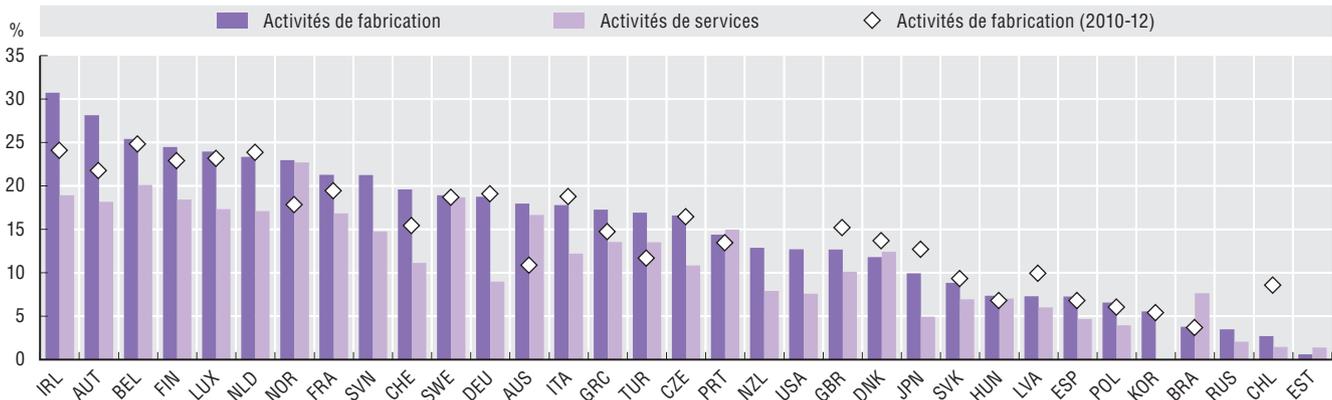
Innovation de commercialisation : mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit.

Innovation d'organisation : mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de la firme.

L'innovation en produits nouveaux pour le marché désigne l'introduction par une entreprise d'un produit nouveau ou sensiblement amélioré sur son marché avant n'importe lequel de ses concurrents (le produit en question peut être déjà proposé sur d'autres marchés).

Innovation en produits nouveaux pour le marché, activités de fabrication et de services, 2012-14

En pourcentage de l'ensemble des entreprises couvertes par les enquêtes nationales sur l'innovation, par type d'activité



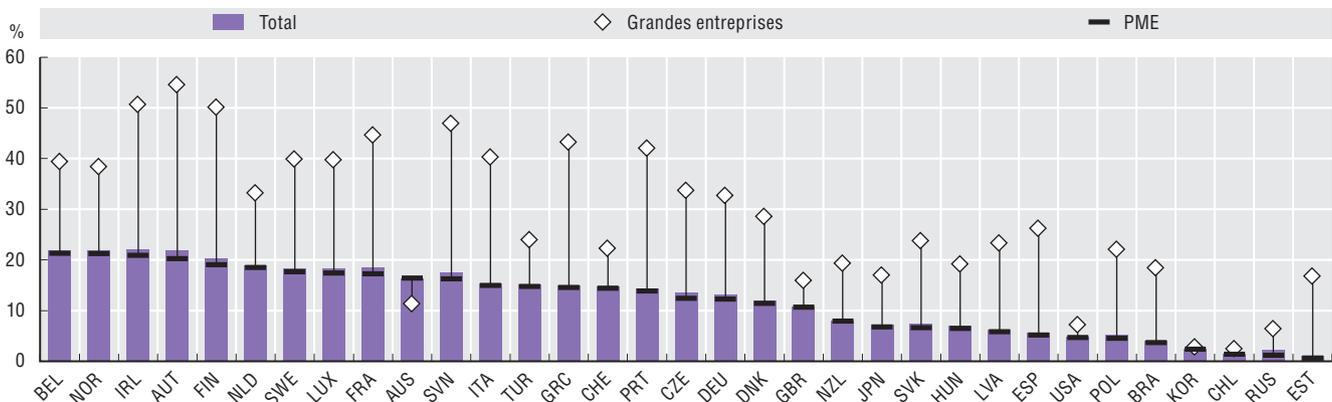
Note : La comparabilité internationale peut être limitée du fait des différences méthodologiques entre les enquêtes sur l'innovation et des profils de réponses propres à chaque pays. Les pays européens suivent le schéma harmonisé de l'Enquête communautaire sur l'innovation.

Source : OCDE, d'après l'enquête 2017 de l'OCDE sur les statistiques nationales de l'innovation et l'Enquête communautaire sur l'innovation (CIS-2014) d'Eurostat, <http://oe.cd/inno-stats>, juin 2017. Davantage de données via StatLink. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933721953>

Innovation en produits nouveaux pour le marché, par taille d'entreprise, 2012-14

En pourcentage de l'ensemble des entreprises couvertes par les enquêtes nationales sur l'innovation, par catégorie de taille



Note : La comparabilité internationale peut être limitée du fait des différences méthodologiques entre les enquêtes sur l'innovation et des profils de réponses propres à chaque pays. Les pays européens suivent le schéma harmonisé de l'Enquête communautaire sur l'innovation.

Source : OCDE, d'après l'enquête 2017 de l'OCDE sur les statistiques nationales de l'innovation et l'Enquête communautaire sur l'innovation (CIS-2014) d'Eurostat, <http://oe.cd/inno-stats>, juin 2017. Davantage de données via StatLink. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933721972>

Mesurabilité

La comparabilité des indicateurs de l'innovation, s'agissant en particulier de son incidence, est tributaire de facteurs méthodologiques très divers. Les principales entraves à la comparabilité internationale découlent principalement du fait que les pays ne recueillent pas tous des informations sur l'innovation dans le cadre de leurs enquêtes sur la R-D (ce qui influe sur la manière dont les répondants rendent compte des produits ou procédés nouveaux et améliorés) et que ces enquêtes ne revêtent pas nécessairement un caractère obligatoire. Les correspondants nationaux se sont efforcés, parfois sans succès, de rapprocher les périodes de référence, les secteurs et les tailles d'entreprise associés aux pays non européens du champ central de l'Enquête communautaire sur l'innovation. Les indicateurs qualitatifs de l'incidence, fondés sur le concept d'au moins une innovation par type ne donne pas une vue complète de l'intensité d'innovation d'une économie, en particulier si les résultats sont pondérés sur la base de comptages fractionnaires des entreprises. Ces questions sont actuellement à l'étude dans le cadre de la révision du Manuel d'Oslo.



Extrait de :
**OECD Science, Technology and Industry
Scoreboard 2017**
The digital transformation

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/9789264268821-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2018), « Panachage des modes d'innovation », dans *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017 : The digital transformation*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2017-25-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.