

L' utilisation des vignettes dans les enquêtes « entreprise » dans le cadre de la mise en œuvre d'une nouvelle définition internationale de l'innovation

Dominique Francoz, Insee

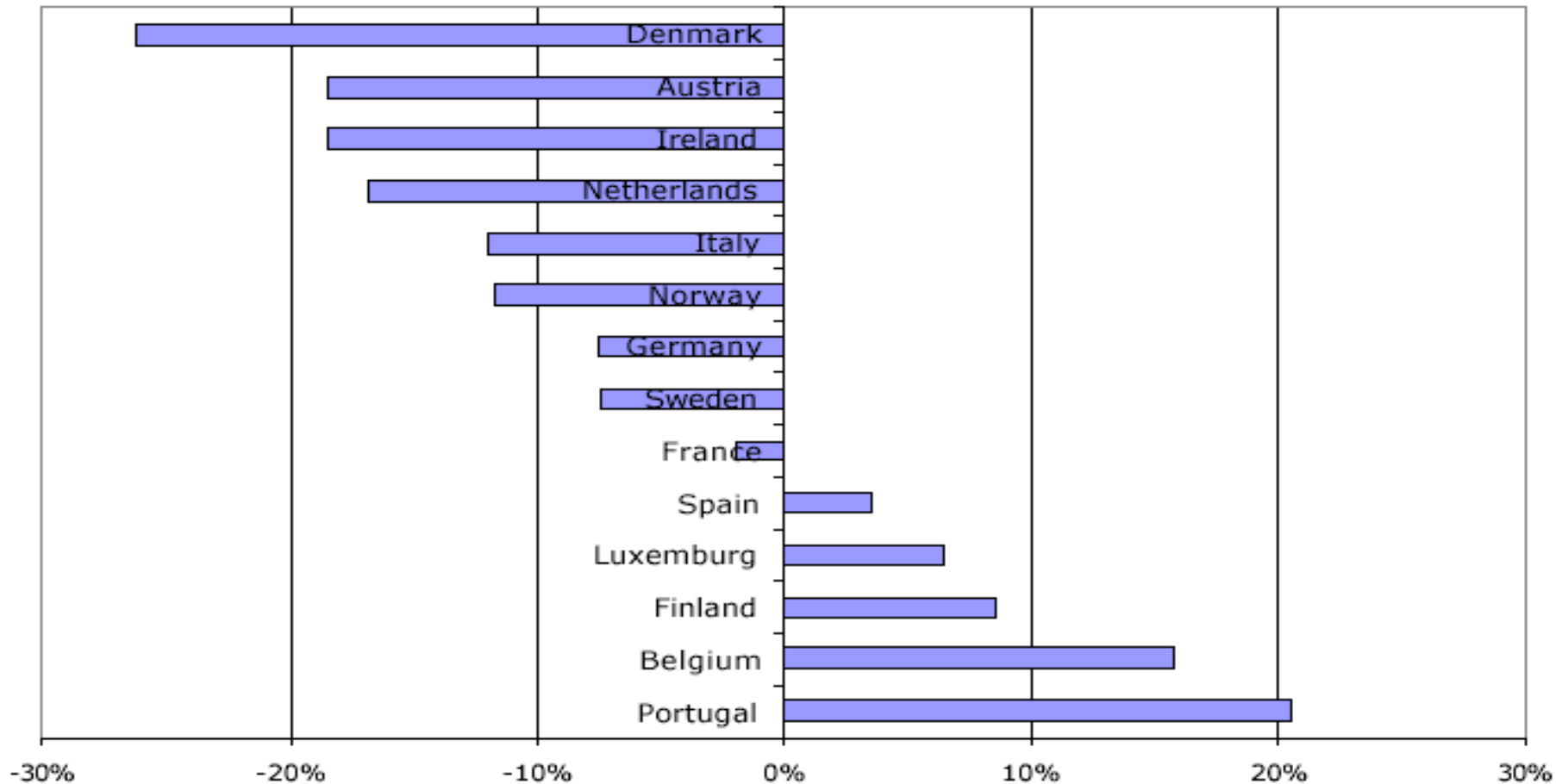
Patrick Corbel, Ministère de l'économie,
des finances et de l'industrie - Sessi

Le contexte de l'étude

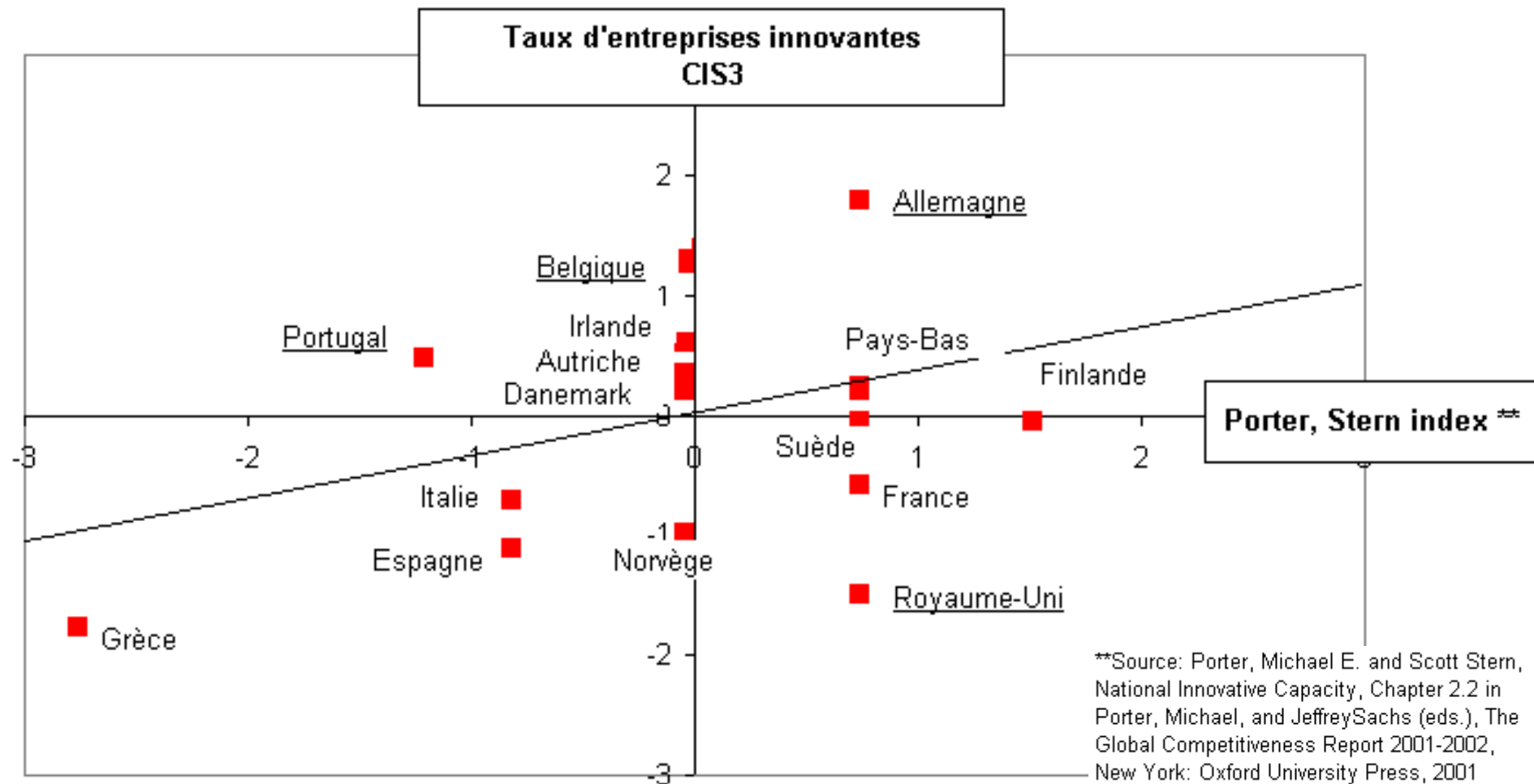
- Les enquêtes communautaires européennes sur l'innovation (CIS)
 - ➔ Le problème de la comparabilité des données entre pays

Une convergence problématique

Graphique 2 : Evolution des taux d'entreprises innovantes entre CIS2 et CIS3



Des problèmes de comparabilité non résolus



La révision du manuel d'Oslo

- Améliorer la comparabilité des données internationales grâce à l'amélioration des définitions et l'harmonisation des méthodes
 - Définition élargie de l'innovation
 - Applicable dans tous les contextes nationaux et dans tous les secteurs d'activité (industrie, services y c. commerces, construction transports).

La technique des vignettes

- Qu'est-ce qu'une vignette ?
 - Une histoire brève
 - Qui utilise le vocabulaire du répondant
 - Qui contient une certaine dose d'ambiguïté
 - Qui permet d'éclairer le processus de réponse

La technique des vignettes

- Pourquoi les vignettes ?
 - L'innovation a une dimension qualitative
 - L'innovation a une dimension subjective
 - Elle évolue au cours du temps
 - Les perceptions de l'innovation peuvent être différentes d'un expert à l'autre
 - Les perceptions de l'innovation peuvent être différentes d'une entreprise à l'autre

La technique des vignettes

- Enquête auprès des experts
 - 62 vignettes décrites et envoyées aux experts nationaux
 - Exemples tirés de l'enquête CIS3
 - Exemples tirés de la littérature économique
 - Questions sur la façon de répondre aux vignettes

La technique des vignettes

- Sujets testés auprès des experts
 - Unités statistiques
 - Innovation technologique vs. innovation non technologique
 - Liens entre R&D et innovation
 - Innovations de marketing
 - Changements d'organisation et innovation
 - Normes ISO et innovation

Principaux enseignements

- Une expérience satisfaisante (20 réponses collectées)
 - Une grande richesse de commentaires
 - La multiplication d'exemples "proches" permet de dégager des consensus relatifs ou au contraire des facteurs de divergence

Principaux résultats

L'utilisation des résultats dans le processus de révision du manuel

- Un “consensus” pour étendre la définition de l'innovation
 - Aux innovations de marketing
 - Aux innovations organisationnelles (dans une certaine mesure ...)
- Limites du concept d'innovation technologique

Un exemple d'innovation de marketing

	Oui	Non	Non rép.
Un fabricant de vêtements de sport décide de lancer une nouvelle marque basée sur le concept de vêtements "pour tous les jours". Il distribuera ses produits sous cette nouvelle marque.			
Cette entreprise est-elle innovante ?	65%	30%	5%
Si oui, est-ce une innovation de produit ?	23%	69%	8%
Si oui, est-ce une innovation de marketing ?	92%	0%	8%
Si oui, est-ce une innovation de distribution ?	31%	55%	4%

Un exemple d'innovation organisationnelle

	Oui	Non	Non rép.
Un fabricant d'équipements électriques cherche à renouveler sa gamme de produits qui a vieilli. Il crée une équipe travaillant avec une société de conseil pour développer un projet visant à stimuler l'innovation de produit.			
Est-ce un changement organisationnel ?	70%	10%	20%
Si oui, est-ce que ce changement participe à l'activité d'innovation de l'entreprise ?	93%	7%	0%

Innovation technologique : une approche qui demeure très manufacturière

	Oui	Non	Non rép.
La compagnie d'assurances « Risque tout » met sur le marché un nouveau produit destiné à élargir sa clientèle. Elle réalise des études sociologiques de clientèle et des simulations mathématiques.			
La compagnie « Risque Tout » est-elle innovante en produit ?	69%	31%	0%
Est-ce une innovation technologique ?	27%	55%	18%
Est-ce une innovation non technologique ?	73%	18%	9%
Est-ce une innovation non technologique incorporant des éléments technologiques ?	46%	18%	36%

Innovation technologique : un lien incertain avec la R&D ?

	Oui	Non	Non rép.
Une entreprise met sur le marché un nouveau produit résultant de sa R&D. L'entreprise est donc considérée comme innovante.			
Cette entreprise est-elle nécessairement technologiquement innovante ?	56%	44%	0%

La technique des vignettes

- Une évaluation de la méthode
 - Trouver l'équilibre entre information précise et ambiguïté
 - Multiplier les exemples en préservant la possibilité d'une synthèse

La deuxième phase : l'enquête vignettes auprès des entreprises

- Adapter l'enquête auprès des experts :
 - Utiliser le langage des entreprises
 - Améliorer certaines formulations
 - Raccourcir le questionnaire
 - Ajouter des questions sur l'activité d'innovation de l'entreprise

Quelques résultats

- Enquête fructueuse :
 - 73 réponses d'entreprises dans 4 pays
 - 31 réponses dans l'industrie et 42 dans les services

Quelques résultats

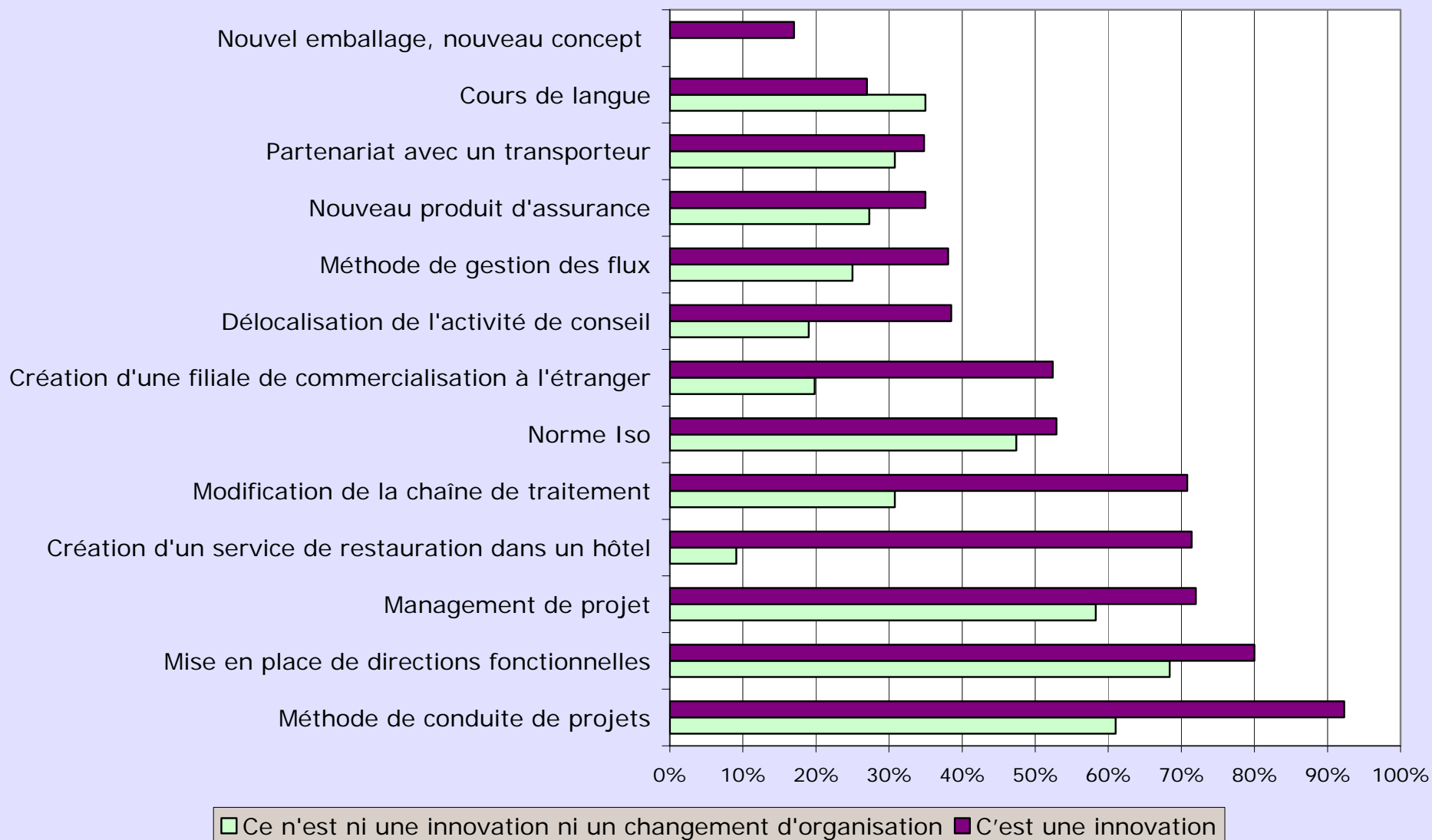
- Les réponses ne sont pas fonction du pays de collecte

	Esp	Fce	Fce	Aus	Fce	Esp	Fce	Fce	Aus	Fce	Aus	Fce	Fce	Fce	Aus	Bel	Fce	Fce	Fce	Esp	Aus	Aus	Esp	Fce	Aus	Bel	Fce	Bel	Fce	Fce	Fce	Bel	Esp	Fce	Fce	Fce	Fce	Aus	Fce	Fce	Fce	Fce		
Nouvel emballage, nouveau concept	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	0	2	2
Réorganisation de l'approvisionnement	2	2	2	0	1	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	2	0	2	0	2	0	1	0	2	0	1	0	
Management de projet	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	0	2	0	2	2	2	0	2	2	0	0	2	2	0	0	1	0	0	2	1	0	0	2	0	2		
Modification de la chaîne de traitement	2	2	2	2	1	2	2	2	2	0	2	2	1	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	0	0	0	1	0	2	1	0	2	2	1	2	0	0	0	0		
Partenariat avec un transporteur	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	1	2	0	0	0	2	2	2	0	2	1	1	2	1	2	0	2	0	1	0	2	0	0	0		
Création d'une filiale de commercialisation à l'étranger	2	2	2	1	2	2	2	0	0	2	0	2	2	0	2	2	0	2	2	0	2	0	1	0	0	2	2	2	0	2	2	0	1	1	0	0	0	2	2	0	1	0		
Méthode de gestion des flux	2	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0	2	2	2	2	1	1	2	2	0	0	0	2	2	2	0	2	2	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0
Cours de langue	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	2	0	0	0	2	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0		
Mise en place de directions fonctionnelles	2	0	2	2	1	2	1	1	1	1	2	0	1	1	0	1	1	0	2	1	2	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1		
Nouveau produit d'assurance	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	2	0	2	2	2	0	2	0	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	0	2	0	2	0	0	
Norme Iso	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	0	2	1	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	2	0	2	0	1	0	0	0	2			
Méthode de conduite de projets	2	2	2	2	1	2	2	1	2	0	2	0	1	0	2	1	1	0	0	2	0	2	0	1	1	0	1	0	0	0	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0		
Délocalisation de l'activité de conseil	2	2	1	2	2	2	0	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	
Création d'un service de restauration dans un hôtel	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	

Quelques résultats

- Les entreprises des services sont plus ouvertes aux nouvelles formes d'innovation
- Les réponses dépendent de l'activité d'innovation des entreprises : plus les entreprises pratiquent l'innovation et plus elles ont une définition large de l'innovation.

Part des entreprises ayant déjà mis en oeuvre ce type d'activité parmi ceux qui ont répondu...



En conclusion

- Les vignettes ont été utilisées dans un contexte différent du contexte habituel
- L'utilisation des vignettes a été fructueuse
- Cette méthode offre des perspectives d'utilisation dans un cadre plus quantitatif