

Digital technologies, learning capacity of the organisation and innovation: EU-wide empirical evidence from a combined dataset

Nathalie Greenan, Silvia Napolitano, Imad El Hamma

Cet article étudie les effets de la digitalisation et des pratiques organisationnelles sur l'innovation en Europe, entre 2010 et 2016. Les différences entre pays et secteurs en matière d'investissements et de capacités des entreprises à adopter et à utiliser les nouvelles technologies sont analysées ainsi que les effets des technologies numériques sur les innovations. En plus des moteurs traditionnels de l'innovation, tels que les dépenses de R&D, deux indicateurs sont construits. L'un englobe des mesures directes de l'adoption et de l'utilisation par les entreprises d'un ensemble de technologies numériques. L'autre mesure la capacité d'apprentissage de l'organisation, prenant en compte l'utilisation d'outils de gestion et de pratiques organisationnelles visant à améliorer l'apprentissage individuel et organisationnel. Les innovations de produit, de procédé, organisationnelles et marketing sont identifiées ainsi que leur combinaison dans l'entreprise, afin d'explorer les éventuelles synergies qu'elles entretiennent entre elles. L'analyse empirique mobilise un ensemble de données unique, reposant sur l'intégration au niveau des secteurs au sein des pays de plusieurs enquêtes couvrant l'Union Européenne (UE) et conduites auprès des employeurs d'une part, des salariés d'autre part : l'enquête communautaire sur l'innovation (Eurostat), l'enquête sur l'utilisation des TIC et le commerce électronique dans les entreprises (Eurostat) et l'enquête européenne sur les conditions de travail (Eurofound). Les statistiques descriptives montrent que l'adoption et l'utilisation des technologies numériques augmentent rapidement en Europe alors que la capacité d'apprentissage des organisations stagne. L'analyse économétrique montre cependant que leur interaction a des effets positifs sur les innovations. En particulier, la combinaison d'innovations de produit/procédé et d'innovations organisationnelle/marketing repose sur des investissements conjoints dans la R&D, l'adoption et l'utilisation des technologies numériques et la capacité d'apprentissage.

+ [Télécharger le pdf](#)



23 décembre 2022

+ [Télécharger le pdf](#)

<https://ceet.cnam.fr/publications/documents-de-travail/digital-technologies-learning-capacity-of-the-organisation-and-in>