

**Compétences centrales pour innover des firmes françaises :
Modélisation du choix innover dans une perspective d'allocation et de création
de ressources**

KAMMOUN Souhaila

Lirhe, Université des Sciences Sociales de Toulouse 1.

Dans une économie fondée sur la connaissance, les firmes ont tout intérêt à accroître la variété de leurs compétences internes disponibles et la recherche de compétences complémentaires. L'objectif de l'article est d'opérationnaliser la notion de compétences centrales et de l'intégrer dans la stratégie d'innovation de la firme. Rattachées à la firme, ces compétences dépassent la somme des qualifications : c'est dans cette optique que s'inscrit l'enquête sur les compétences pour innover (SESSI, 1997). Suivant la démarche prônée par l'approche en termes de compétences, on s'attache à souligner le primat des compétences centrales spécifiques à la firme dans une perspective d'innovation. Il ressort des analyses de données appliquées sur les neuf grandes compétences pour innover identifiées par l'enquête du SESSI (1997), les compétences centrales des firmes dans l'industrie française. L'étude économétrique permettra, ensuite, de déterminer l'effet de chaque compétence centrale et de la coopération pour innover sur l'engagement de la firme dans une activité d'innovation dans l'industrie française. Nous verrons comment les compétences organisationnelles, les compétences technologiques, la compétence marché, la compétence en gestion des ressources humaines, la coopération etc. influencent l'engagement des firmes dans un processus d'innovation et si elles sont source d'avantage organisationnel pour les firmes qui innover. Partant, l'approche par les compétences s'inscrit dans une perspective d'allocation et de création de ressources.