



INSTITUT  
TECHNOLOGIQUE

## **L'innovation dans les entreprises : moteurs, moyens, enjeux**

**Un premier Atelier de la compétitivité, organisé en mai dernier, a proposé un dialogue entre chercheurs, chefs d'entreprises et hauts fonctionnaires sur les enjeux de l'innovation. Il a été organisé à l'occasion de la publication, par la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, de l'ouvrage « *L'innovation dans les entreprises, moteurs, moyens et enjeux* », qui est un recueil d'articles de chercheurs consacrés à l'innovation et à ses implications pour les entreprises.**

**Pour contacter l'auteur :**

**Tanguy Praud**  
FCBA Pôle Ameublement  
[tanguy.praud@fcba.fr](mailto:tanguy.praud@fcba.fr)  
10 avenue de Saint-Mandé  
75012 Paris  
01 40 19 49 52

A la fin des années 70, l'État a initié de grandes enquêtes statistiques afin d'expliquer les facteurs déterminants de la croissance. L'innovation s'est dégagée rapidement comme l'un de ces facteurs. Mais comment mesurer, qualitativement et quantitativement, l'innovation ? Dans les années 80, des stratégies de mesure se sont dégagées. En France, c'est la statistique publique qui s'est penchée sur ces questions. La France a donc été un précurseur dans les enquêtes d'innovation : elle a pu rapidement mettre en place des enquêtes obligatoires.

Au niveau européen, l'enquête communautaire sur l'innovation « CIS 0 » (Community Innovation Survey), au début des années 90, était composée de 5 000 questionnaires. Elle a rencontré un franc succès auprès de tous les acteurs en permettant d'obtenir des résultats significatifs. L'enquête « CIS 7 » d'avril 2011 comptait 25 000 questionnaires et a dénombré 40 % d'entreprises innovantes.

Chaque enquête porte sur trois ans d'activité. L'innovation se mesure par rapport à l'entreprise, pas par rapport au produit. C'est-à-dire qu'une entreprise qui accède à un nouveau produit ou un nouveau procédé est innovante, même si ce produit ou ce procédé existait déjà sur le marché. Ce qui implique qu'il faut différencier innovation et R&D. Il existe quatre formes d'innovation : produit, procédé, organisation et marketing.

Certaines précautions sont à prendre dans la lecture de ces enquêtes. Tout d'abord, Eurostat, la direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique à l'échelle communautaire, ne définit pas les questions mais les variables à évaluer. Les questions diffèrent donc d'un pays à l'autre. Hors pour comparer, il faudrait que tout le monde dispose des mêmes questions, puisque la façon dont est posée la question introduit directement un biais de nature à fausser les résultats. Ensuite, en France, c'est la Statistique Publique qui effectue l'enquête, et celle-ci est obligatoire. De plus, la structure même de l'administration française permet

aux statisticiens de comparer les résultats de l'enquête aux informations fournies par la liasse fiscale, ce qui est impossible dans d'autres pays, et donc d'obtenir des résultats beaucoup plus affinés. Ces différents facteurs expliquent qu'en France, le taux de réponse est de 90 %, contre seulement 30 % en Allemagne.

Les enquêtes ont trois objectifs principaux :

- fabriquer des indicateurs individuels (dépenses, part de marché...), regroupés (pourcentage de PME innovantes...) ou composites (par combinaison de facteurs)
- identifier les déterminants de l'innovation
- constater les effets, notamment sur la productivité, sur l'emploi, sur l'exportation

Concernant les facteurs déterminants de l'innovation, plusieurs constatations :

- l'innovation semble plutôt tirée par la demande que par l'offre technologique,
- les entreprises qui font de la recherche privée innovent davantage,
- les grandes entreprises innovent plus que les petites, mais pas proportionnellement à leur taille,
- les aides publiques semblent constituer un levier pour l'innovation plus qu'un effet d'aubaine.

## **L'innovation dans les entreprises**

Cette partie s'intéresse aux comportements d'innovation dans les entreprises. Elle fait le lien entre l'innovation, la structure financière des entreprises et leur présence sur les marchés internationaux.

- **L'innovation et la structure financière des entreprises**

On cherche ici à savoir si les comportements d'innovation ont une influence sur la structure financière des entreprises. En effet, par le passé, des enquêtes ont montré des difficultés de financement pour les entreprises qui innovent.

L'une des constatations est que les dépenses pour l'innovation sont principalement des dépenses de personnel (peu d'immobilisations). Les financeurs extérieurs (banques) sont donc peu intéressés pour financer un capital risque si elles ne peuvent rien y gagner. L'activité d'innovation est donc très souvent autofinancée.

L'étude du taux d'endettement des entreprises innovantes corrobore cette observation. Les entreprises innovantes ont un taux d'endettement significativement plus bas que les entreprises non innovantes. Ce qui implique par ailleurs que l'endettement des entreprises innovantes est plus sensible aux variations conjoncturelles.

L'étude menée a donc permis de mettre en lumière les variables qui exercent une influence positive ou négative sur l'endettement des entreprises.

***Variables ayant une influence positive***

- la taille de l'entreprise : les PME semblent avoir plus facilement recours à l'endettement,
- la cotation en bourse : les entreprises cotées ont accès à un financement de marché,
- la présence de garanties (immobilisations corporelles) est déterminante,
- l'accès à un financement public : il semble que les banques soient moins frileuses lorsqu'un acteur public fait déjà confiance à l'entreprise.

### ***Variables ayant une influence négative***

- l'intensité de l'effort de R&D : paradoxalement, plus les dépenses de R&D des grandes entreprises augmentent, plus l'endettement diminue,
- la capacité d'autofinancement,
- le financement de groupe.

### ***Variables n'ayant pas ou peu d'impact***

- la croissance du chiffre d'affaire,
- le fait d'être engagé ou non dans une activité R&D.

### **• L'innovation et la performance des exportateurs**

Comment expliquer les performances des entreprises françaises à l'export ?

L'innovation et l'exportation sont deux moteurs de la croissance des entreprises. Avant les années 2000, et avant l'influence des pays émergents sur le marché international (Brésil, Chine, Inde...), la performance à l'exportation ne semblait pas être un facteur de réussite. En France 10 % des entreprises réalisent 90 % des exportations ! Il convient donc d'améliorer les performances à l'export des entreprises françaises. D'autre part, les politiques publiques en matière d'exportation n'ont pas d'efficacité réelle, tout au plus un effet d'aubaine.

L'étude statistique montre qu'il existe une réelle causalité entre innovation, productivité et exportations, mais que ce lien n'est pas vrai dans le sens inverse. Il serait donc judicieux de soutenir l'innovation plutôt que l'exportation.

L'étude montre d'autre part que les politiques d'innovation améliorent la productivité des entreprises, mais sont insuffisantes pour promouvoir les exportations. En revanche, on note une influence significative de variables non technologiques : capacités managériales, gouvernance de l'entreprise, etc.

L'enquête permet de conclure sur :

- l'importance de mettre en place des politiques publiques d'innovation ET d'exportation,
- le fait qu'une politique publique d'exportation est efficace si elle n'entrave pas la sélection « naturelle » des produits sur le marché, et qu'elle promeut les talents managériaux.

## Innovation et coopérations

### • Principaux enjeux des politiques publiques

Les travaux présentés par Nadine Massard mettent en évidence l'innovation comme un enjeu de politique publique. La décision de regrouper au sein de pôles de compétitivité entrepreneurs, laboratoires et universitaires est clairement un moteur et augmente la capacité d'innovation. Par capacité, on entend la capacité financière (les projets sont crédibles et portés à plusieurs), la capacité en termes de savoir-faire, et la capacité en termes de foisonnement d'idées que constitue un pôle de compétitivité.

L'étude de Nadine Massard ne cherche pas à savoir si les pôles de compétitivité sont la meilleure idée, mais simplement si c'est une bonne idée. En effet, l'argument principal des opposants aux projets des pôles de compétitivité est que les entreprises réellement innovantes sont « assez grandes » pour mettre en place leur propre réseau, sans qu'on soit obligé de leur « donner la main ». En réalité, il semble que les pôles de compétitivité permettent aux entreprises de se lancer dans une démarche d'innovation, même si d'autres entreprises déjà innovantes n'ont pas besoin de ce dispositif, quitte à prendre le risque de créer localement des effets d'aubaine.

Les pôles de compétitivité, ou clusters, ont deux avantages :

- le regroupement géographique permet de créer un « effet de réseau », et donc, de proche en proche, d'accentuer la coopération entre les entreprises,
- la diffusion des connaissances est plus simple. Deux entreprises qui travaillent sur le même sujet ont intérêt à collaborer.

Nadine Massard a aussi exposé les principales difficultés rencontrées en termes de politiques publiques :

- le problème de l'équité territoriale, et donc de l'inégalité entre les régions qui disposent de ce type de cluster et celles qui en sont démunies,
- le dilemme entre l'excellence scientifique et la valorisation commerciale des produits, et donc le besoin de regrouper des compétences mais pas seulement en R&D,
- la dualité spécialisation-diversité des produits développés. Une trop grande spécialisation exposerait le cluster à des conséquences désastreuses en cas de crise dans un secteur, mais une trop grande diversité exposerait à un manque de visibilité et de crédibilité,
- l'opposition local-global : doit-on voir les pôles régionaux comme concurrents ou constituant un réseau de clusters ?

- **Partenariats public-privé : comparaison France-Allemagne**

Les politiques industrielles et scientifiques encouragent les partenariats public-privé (PPP). Le point de départ de cette comparaison France-Allemagne est de savoir si ces PPP favorisent ou non l'innovation. Pour tous les acteurs de ces ateliers, il semble clair que l'Allemagne est en avance sur la France en termes d'innovation. Une petite comparaison s'impose alors :

- en Allemagne, les politiques industrielles et scientifiques sont orientées vers la diffusion de connaissances. Les garants du système sont les

länders, soutenus par des engagements fédéraux sur l'équité territoriale.

- en France, les politiques industrielles et scientifiques sont définies en termes de missions. Des politiques nationales incitatives ne sont soutenues que depuis peu de temps par les acteurs locaux (via les pôles de compétitivité par exemple).

Une étude, menée dans tous les pays de l'UE et basée sur l'enquête CIS de 2004, montre que les ventes de produits innovants sont supérieures pour les entreprises qui coopèrent. Cependant, il est impossible d'établir une réelle causalité entre innovation et coopération. Est-ce le fait de coopérer qui permet l'innovation ou est-ce les entreprises qui innovent qui établissent des coopérations ?

En conclusion, les PPP ont un effet bénéfique sur l'innovation produits, et cet effet semble plus marqué encore en Allemagne qu'en France. Ces conclusions plaident en faveur de politiques locales (telles les pôles de compétitivité). Une étude en cours sur l'innovation de procédés semble arriver aux mêmes conclusions.

### **Innovation, exportation, performance et politiques publiques : un lien évident**

Ces ateliers de la compétitivité ont pour objectif de déterminer, en s'appuyant sur des travaux académiques, les facteurs influençant la compétitivité des entreprises au niveau international. Les résultats présentés font clairement le lien entre innovation, exportation, performances et politiques publiques, qui sont les composantes du modèle existant, mais ne cherchent pas à présenter un nouveau modèle ou de nouvelles idées. Les principales conclusions sont les suivantes :

- l'activité d'innovation (ou de R&D) est très généralement autofinancée,



- les politiques d'exportation ont une faible influence sur la compétitivité des entreprises si elles ne sont pas accompagnées de politiques publiques favorisant l'innovation,
- la collaboration entre entreprises, entre entreprises et laboratoires, entre entreprises et État, favorise l'innovation principalement pour les entreprises qui n'étaient pas encore engagées dans une démarche d'innovation,
- les pôles de compétitivité permettent de favoriser la visibilité des entreprises, et de créer un cadre favorable pour le développement de leurs innovations,
- les pôles de compétitivité constituent un enjeu primordial pour les politiques publiques, notamment en termes d'équité territoriale (bassin d'emploi, offres de formation...),
- l'innovation est un des enjeux de la compétitivité des entreprises françaises sur le plan international.
- le rôle d'EuroStat dans la mesure de l'innovation dans l'Union européenne est amené à être renforcé afin d'obtenir des taux de réponse plus significatifs et des résultats plus précis.

### **Des axes de réflexion**

Laure Reinhardt, directrice général déléguée d'Oseo, propose, en guise de conclusion, trois axes de réflexion qui peuvent mener à mieux comprendre les enjeux de l'innovation :

- une approche « filière » : structurer les filières industrielles doit permettre de mieux définir les priorités sectorielles, et donc d'améliorer l'efficacité des démarches d'innovation,
- une approche « collaboration » : même si il est établi que les collaborations ont un effet bénéfique sur l'innovation, comment



INSTITUT  
TECHNOLOGIQUE

expliquer que les entreprises de taille moyenne sont très innovantes mais ne parviennent pas à faire émerger de grands projets pour « passer dans la cour des grands » ?

- comment accélérer la croissance des PME ? Quelle peut être la contribution des politiques publiques, notamment en termes d'innovation et d'exportation ?

***Tanguy Praud***