

## **PME française : innover pour durer**

*L'innovation n'est pas une option pour les PME mais une nécessité. L'Etat doit les aider, mais cette aide doit dépasser la seule R&D.*

(10/04/2009)

L'innovation n'est pas une option pour les PME. Hannah Arendt ne suggérerait-elle pas que la fin de l'homme n'est pas la mort mais l'innovation ? Il en va de même pour les PME, lesquelles, si elles n'innovent pas de façon cyclique, s'exposent à une disparition prématurée sous les coups de la concurrence et les évolutions des marchés.

Il est nécessaire de stimuler l'innovation au sein des PME françaises et européennes. La très large majorité des décideurs est convaincue de l'existence d'un fort potentiel créatif inexploité dans ces structures, lequel assurera la croissance de demain. Les organisations politiques de droite comme de gauche ont bien perçu la convergence de ces deux problématiques et soutiennent aujourd'hui l'idée de mettre les chercheurs au centre du processus d'innovation des PME. Dommage qu'ils n'aient pour la plupart qu'une vision tronquée de l'innovation et de la réalité d'une PME dans le contexte économique actuel, marqué par la globalisation.

### **Répondre aux nouvelles exigences de la globalisation économique**

Le gouvernement a récemment mis l'innovation au cœur de son dispositif d'accompagnement et de soutien des PME. Pourtant, la politique de stimulation de l'innovation des PME par la valorisation de la recherche scientifique française n'est pas encore en complète adéquation avec la réalité économique dans laquelle ces entreprises évoluent. Car le problème de l'innovation dans une entreprise, c'est, au-delà de son coût, l'acceptation de la prise de risque inhérente à cette activité. C'est là que le politique doit se positionner. L'Etat, ainsi que les politiques régionaux, doivent prendre conscience de la nécessité de se doter de nouveaux moyens d'action, adaptés à une économie mondialisée. Ce soutien permettraient aux PME de dépasser les challenges de la globalisation et de croître davantage : plus grandes, plus fortes, elles seraient plus conquérantes.

Qu'il s'agisse du CIR (Crédit d'Impôt Recherche) ou du statut JEI (Jeune Entreprise Innovante), les outils fiscaux et sociaux existants doivent être assortis de nouveaux dispositifs s'adaptant aux nouvelles exigences de la globalisation économique. Bien que relativement efficaces, ils sont aujourd'hui insuffisants car strictement limités à la R&D. Les PME françaises restent en effet bien peu innovantes si on les compare à l'ensemble des PME européennes et en particulier aux PME allemandes.

L'ensemble des acteurs économiques et politiques s'accorde à dire que les principaux relais de croissance des PME résident désormais dans la création de nouvelle valeur en matière d'offre de produits, de services ou de procédés. De plus, il apparaît que cette création devra avoir lieu à une fréquence de plus en plus élevée, si les entreprises françaises souhaitent maintenir leur compétitivité sur les marchés qu'elles adressent actuellement.

### **Donner aux PME françaises un maximum de chances de succès**

La priorité : compléter les politiques de soutien à la recherche avec des outils tournés directement vers la promotion de l'innovation. Correctement orchestré, ce soutien à l'innovation aura pour conséquence directe la valorisation de la recherche française et un regain de compétitivité au sein des PME françaises. Cette politique de soutien doit être cohérente et considérer l'innovation dans son acception la plus extensive : de la naissance d'une idée à la première commercialisation d'un produit.

La réussite d'une innovation dépend de la capacité du porteur de projet à mobiliser des compétences à la fois techniques et de marketing stratégique, et de les fusionner dans le cadre de son projet, et ceci, le plus en amont possible. L'excellence technique des chercheurs et des ingénieurs français ne met pas les PME nationales à l'abri de l'échec commercial. L'administration française doit trouver un moyen de les contraindre à se focaliser sur la faisabilité commerciale autant que sur la réalisation technique de leurs projets.

S'inscrire peu à peu dans une culture de l'objectif et du résultat est donc primordial pour les PME. Pour cela, il faut réussir à rationaliser le processus d'innovation en les incitant à respecter une certaine orthodoxie dans la gestion de leurs projets innovants et dans leur préparation à la mise sur le marché. Un objectif qui pourrait être atteint au moyen de mécanismes de subventions et d'accompagnement financiers novateurs. Ces nouveaux dispositifs, parfaitement complémentaires des dispositifs actuels, devraient inciter les PME à respecter bon nombre de contraintes marketing et commerciales, en complément de la faisabilité technique, plus classique dans le déroulement des projets.

Car désormais, il ne s'agit plus seulement d'innover pour ne pas mourir. Mais d'innover pour durer.

Steeve Augoula

Copyright 2009 Benchmark Group - 4, rue Diderot 92156 Suresnes Cedex, FRANCE

[Lancer l'impression](#)