

# Le chercheur, le chômeur et l'entrepreneur

par Michel Godet<sup>1</sup>

C'est l'activité qui crée l'emploi. C'est donc l'innovation et l'esprit d'entreprise qu'il faut encourager aussi bien au sein des entreprises existantes (intrapreneur-ship) que par la création d'entreprises pour le développement d'activités nouvelles. Aux assises de l'innovation qui se sont tenues le 12 mai dernier à la cité des Sciences, le Gouvernement a dressé un constat sans complaisance de l'innovation en France et annoncé des mesures pour inciter les chercheurs à devenir entrepreneurs. On ne peut que se réjouir du vent nouveau qui souffle dans les esprits de ceux qui nous dirigent. Pour le Premier Ministre Lionel Jospin : "Il faut cultiver le goût du risque et le désir d'entreprendre". Dans le même esprit, Claude Allègre, Ministre de l'Éducation nationale de la recherche et de la technologie, a déclaré : "gagner de l'argent, ce n'est pas honteux, c'est servir son pays (...) nous devons savoir récompenser la prise de risque pour ceux qui ont fait le choix d'entreprendre", d'où l'idée d'instaurer un régime de stocks options plus favorable aux créateurs.

Ce vent nouveau va dans le bon sens mais il reste cependant limité au territoire de l'innovation technique et des chercheurs. Pourtant, **innovation et technique ne sont pas synonymes**. Comme l'a rappelé, Philippe Aghion, Professeur à l'University college de Londres<sup>2</sup>: "on a trop tendance à confondre l'innovation avec la recherche et développement. Mais la R & D n'est que la partie émergée de l'iceberg". En effet, l'innovation (littéralement, "l'introduction d'une nouveauté") ne se réduit pas aux volets technologiques (innovation de process, de produits), elle peut être aussi commerciale, financière, sociale, ou organisationnelle.

Il ne faut pas négliger les innovations commerciales qui, peuvent être profitables - songeons au conditionnement de l'eau minérale en petites bouteilles de 50 cl - de nouveaux marchés très rentables se sont ainsi ouverts. C'est aussi innover financièrement que de transformer ses lecteurs en actionnaires comme l'a fait le journal *Le Monde*. C'est encore innover que de diffuser ses produits par des clients relais tel Tupperware. Au total, il y a dix axes possibles à explorer dans le diamant de l'innovation comme ne cesse de le rappeler Marc Giget<sup>3</sup>. Aucun d'entre eux n'est

---

<sup>1</sup>Professeur titulaire de la Chaire de prospective industrielle au Cnam, Vice-président de l'Ismer, membre du Comité national de pilotage des initiatives locales de développement.

Cet article a été en grande partie publié sous le même titre dans *Libération* du 27 juillet 1998.

<sup>2</sup> *Le Monde de l'économie* daté du 12 mai 1998, Entretien de Sophie Gherardi avec Philippe Aghion Professeur à L'Université collège de Londres intitulé : "L'innovation est un processus conflictuel entre les intérêts acquis et ceux à naître?"

<sup>3</sup>Professeur au Cnam, titulaire de la Chaire d'économie et la gestion de la technologie et de l'innovation. Directeur général d'Euroconsult et auteur de *La dynamique stratégique de l'entreprise*, Dunod, 1998.

préférable a priori. Il faut évaluer les coûts, les risques et les perspectives de chaque axe d'innovation avant de se lancer dans la création.

Retenons l'idée : la technologie n'est pas la principale source d'innovation, c'est seulement la plus connue. Il est donc naturel d'avancer avec Thomas Durand, ce spécialiste du management de la technologie de L'École Centrale, que les clients, les fournisseurs et les opérationnels internes engendrent plus d'idées innovantes que les chercheurs. D'ailleurs, selon l'Agence pour la création d'entreprises (APCE<sup>4</sup>), 40% des créateurs ont bénéficié de l'appui d'anciens clients ou fournisseurs.

Il serait donc grand temps pour notre pays de se libérer de la fascination technologique et de méditer les conclusions de l'enquête internationale auprès de plusieurs milliers d'entreprises performantes par Bain & Company<sup>5</sup>. Il apparaît notamment que : "6% seulement des champions de la croissance appartiennent à des secteurs de haute technologie". La performance n'est pas non plus liée à la taille de l'entreprise ou à la dynamique du secteur : "ce sont bel et bien les comportements de management qui font la différence". Comme le remarquait il y a dix ans déjà Philippe de Woot<sup>6</sup>: "ce qui compte pour la compétitivité de l'entreprise, ce n'est pas la quantité de R & D ou d'innovation, mais la capacité d'insérer le progrès technique dans une stratégie (...) de bonnes recherches sans stratégie bien définie ne servent à rien (...) en d'autres termes, ce n'est pas la R & D qui oriente la stratégie, mais bien l'inverse".

La Recherche et Développement menée dans une entreprise n'est qu'une part infime de la recherche mondiale dans le domaine cependant il ne faut pas s'interdire de développer commercialement ses propres recherches. Pour innover en répondant au mieux aux attentes du marché, il faut souvent intégrer les meilleures avancées techniques, là où elle se trouvent, généralement ailleurs que dans son entreprise et parfois dans les centres de recherche publics. La Recherche et Développement en interne doit être suffisamment développée pour s'approprier l'innovation venue d'ailleurs (pour copier, il faut savoir lire). Une part importante des moyens doit donc être affectée à la veille technologique ainsi qu'aux évolutions des marchés (lien privilégié entre marketing et recherche).

**Chercheurs et entrepreneurs ne sont pas plus synonymes qu'innovation et technique.** En effet, le palmarès de l'innovation et de la création revient aux chômeurs qui représentent près de la moitié des 270 000 créateurs. Ce palmarès revient aussi aux moins diplômés : il n'y a que le quart des créateurs qui ont un niveau supérieur au Bac. Parmi ces derniers, les diplômés des grandes écoles font piètre figure avec 3% du total des créateurs. Quant aux chercheurs entrepreneurs il faut un microscope pour les repérer car ils sont statistiquement insignifiants : sur 25 000 chercheurs publics, ils ne seraient qu'une trentaine à se lancer chaque année dans l'aventure. On aura beau faire, ce ne sont pas les mêmes compétences qui sont requises pour trouver

---

<sup>4</sup> L'APCE, dirigée par François Hurel, a succédé à l'ANCE et poursuit ses travaux et publications sur la création d'entreprises en France et par bassins de vie. Une grande partie de cette note s'inspire des analyses d'André Letowski. Qu'il soit ici remercié pour ses remarques et ses conseils.

<sup>5</sup> Bertrand Pointeau (1998) : "Les priorités des champions de la croissance", *Résultats*, Lettre d'information Bain & Company France, Février.

<sup>6</sup> Philippe de WOOT (1988) : *Les entreprises de haute technologie et l'Europe*, Economica.

et entreprendre. D'où la nécessité, d'associer les chercheurs créateurs aux managers pour transformer les brevets en innovations rentables.

En France, c'est bien le paradoxe, les entrepreneurs qui se jettent à l'eau ne sont pas ceux qui ont eu le plus de leçon de natation et ceux qui trouvent des idées pour un marché ne sont pas chercheurs de métier. Dommage pour l'emploi quand on sait qu'aux États-Unis deux emplois sur trois créés ces dernières années seraient de source "high tech". Tel est le débat qui a fait, à juste titre, la une de l'actualité<sup>7</sup>. Il se crée, en effet, aux États-Unis plus de 400 entreprises nouvelles par an issues de la recherche technologique soit quinze fois plus qu'en France. Elles mobilisent 30 milliards de francs de capitaux soit 30 fois plus que dans l'hexagone. Aussi, l'État français a bien fait de prélever 600 millions de francs sur les recettes de privatisations de France Télécom pour créer un fonds de capital risque géré par la Caisse des dépôts dont 200 millions réservés à des fonds d'amorçage régionaux.

Cependant, une telle situation ne s'explique pas seulement par un effort insuffisant de recherche : la France se situe au deuxième rang des dépenses de R & D par habitant (1474 francs par habitant en 1995), derrière les États-Unis mais devant l'Allemagne. La clé de trouve sans doute dans une mauvaise répartition des aides à la recherche trop souvent captées par les grands groupes, les mieux armés pour faire jouer le lobbying, alors que la moitié des créateurs proviennent d'entreprise de moins de 10 salariés et les trois quarts d'entreprises de moins de cinquante salariés.

Ainsi, si l'on veut vraiment stimuler l'innovation et la création, il ne faut pas se focaliser sur les chercheurs qui n'ont pas envie d'entreprendre, mais mieux accompagner ceux qui prennent le risque d'entreprendre. Près d'un entrepreneur sur deux échoue dans les cinq années qui suivent la création. L'APCE a montré que cette moyenne cache de profondes disparités. Les créateurs qui se lancent seuls dans l'aventure, sans salarié, ont des chances de survie beaucoup plus faibles : la moitié des échecs sur cinq ans est le fait de ces entrepreneurs qui échouent dans les deux premières années. Il ne faut pas non plus trop compter sur les jeunes inexpérimentés ou les plus anciens pour entreprendre : 25% seulement des créateurs ont moins de 30 ans et 11% plus de 50 ans. Mais la mortalité élevée n'est pas une fatalité. Si l'entrepreneur a été accompagné dès l'origine pour l'évaluation de son projet, pour son lancement et dans le suivi, le taux de survie atteint les 80 %.

Quand l'APCE observe le profil des créateurs, elle constate que la moitié étaient déjà chefs d'entreprise ou cadres, un tiers seulement avait un niveau supérieur au bac, que les trois-quarts ont démarré avec moins de 100 000 francs, les deux tiers des créateurs étaient déjà expérimentés dans le même métier, les trois-quarts ont un proche entourage entrepreneurial et enfin la moitié n'ont sollicité ni formation ni conseil. Il convient donc d'élargir le débat, afin de couvrir tous les champs de l'innovation, de mieux comprendre le profil des créateurs et les conditions de succès et d'échec de leur entreprise. Les créateurs potentiels sont plus nombreux que jamais.

En France, 700 000 personnes auraient un projet de création<sup>8</sup> prêt à éclore. Une bonne

---

<sup>7</sup> Alain Faujas (1998): "Des vitamines pour l'innovation", *Le Monde*, 12 Mai 1998.

<sup>8</sup> Un sondage IFOP réalisé pour l'APCE révèle qu'elles sont même 1,2 million à avoir un projet en tête (paru notamment dans *Le Monde* du 13 Mai 1998).

nouvelle devrait les inciter à sauter plus facilement le pas : les salariés qui démissionnent pour créer leur entreprise seront bientôt couverts par l'assurance chômage. Il faudra aussi cesser d'étrangler l'ACCRE (aide aux créateurs ou repreneurs d'entreprise) car elle est réduite à la seule exonération de charges sociales pendant un an et il faut être chômeur depuis plus de six mois pour y prétendre. Résultat : le nombre de bénéficiaires a chuté de 87 000 en 1995 à 34 000 en 1997 !

**On l'a dit, les demandeurs d'emplois représentent près de la moitié des créations d'entreprises.** Les chômeurs de longue durée ne sont pas moins créateurs que les chômeurs plus récents : leur proportion parmi les chômeurs créateurs est la même que parmi l'ensemble des chômeurs (autour de 40 %). Les chances de survie sont quasi identiques pour les chômeurs créateurs et pour l'ensemble des entrepreneurs. On retiendra que le chômage incite à entreprendre et n'handicape pas l'entrepreneur, qui porté par la dynamique de son projet cesse du même coup de se vivre comme un exclu et de se comporter comme un blessé de la route sociale. C'est bien le constat que nous avons pu faire à l'Ismer de Vendôme (un Institut de formation d'entrepreneurs). L'Ismer affiche un taux de réussite de 80 %. La plupart des stagiaires généralement issus du chômage de longue durée, ont retrouvé un emploi : 40 % ont créé leur activité et donc leur emploi et 40 % ont renoncé à leur projet de création, mais sont devenus re-employables, en raison de la dynamique de leur projet et ont trouvé un emploi à la sortie de l'Ismer.

Parmi les auditeurs qui s'adressent au Cnam, nous avons aussi remarqué de nombreux entrepreneurs en herbe qui cherchent moins un diplôme qu'un complément de formation et un accompagnement pour les aider à évaluer et porter leurs projets soit au sein de leur entreprise (en tant qu'intrapreneur) soit en tant que futur créateur. D'où l'idée de créer une Chaire d'entrepreneur et de porteurs de projets. Le Conservatoire a vocation depuis sa fondation par l'abbé Grégoire à enseigner les sciences neuves et utiles. La formation d'entrepreneurs et de porteurs de projets s'inscrit bien dans cette tradition innovante.