

LA CHRONIQUE DE... MICHEL GODET (*)

Société de la connaissance versus mirages technologiques

Au sommet de Lisbonne en 2000, l'Europe s'est entichée du concept de société ou d'économie de la connaissance, pour lequel elle s'était même fixé un objectif de leadership mondial. L'Europe vieillissante se rassurait pour l'avenir, s'imaginant peuplée de cheveux gris savants, jeunes d'esprit et champions de l'innovation. Après la société de l'information des années 1980, la nouvelle économie des années 1990, les abonnés du mirage technologique ont lancé un nouveau concept, la société de la connaissance, pour dire la même chose ou presque.

La connaissance est bien le moteur de l'innovation. Ce n'est pas une raison pour cultiver le mirage technologique et la fuite en avant dans les dépenses de R&D. L'innovation n'est pas uniquement technique, mais aussi commerciale, organisationnelle et financière. La technologie, bien qu'importante, ne saurait constituer l'essentiel. Cessons de considérer que la dépense de R&D est le principal indicateur porteur d'espoir pour l'avenir. Plus que le montant compte l'efficacité de la dépense. Les comparaisons internationales montrent que les entreprises les plus performantes dans un secteur sont celles qui font un effort moyen en R&D et qui, donc, agissent en dépensant moins.

Le cabinet américain de conseil Booz Allen Hamilton a même montré, en analysant les 1.000 premières entreprises mondiales, selon leur budget R&D, qu'il n'y avait pas de lien direct entre le montant des dépenses de R&D engagé et le succès de ces entreprises, qu'il soit mesuré en termes de croissance du chiffre d'affaires, de rentabilité ou de retour sur investissements pour les actionnaires. Le même constat se vérifie au sujet des États. Les petits pays comme l'Irlande ont un effort de R&D moindre que les grands, mais une croissance du PIB supérieure !



“ POUR MUSCLER L'INDUSTRIE, IL N'Y A PAS D'AUTRE VOIE QUE LES PRODUCTIONS INNOVANTES ET À HAUTE VALEUR AJOUTÉE. ”

À la lumière de ce diagnostic, faut-il vraiment, comme le préconisent tant de rapports officiels, s'inspirer du pays leader, les États-Unis, et lancer des grands projets de recherche dans les secteurs de haute technologie (technologies de l'information, armement, aéronautique) et développer l'enseignement supérieur long ? Qu'il soit permis de douter de ce remède



éternellement avancé. Les États-Unis ne sont pas aussi performants qu'on le dit, à en juger par leur déficit extérieur abyssal (700 milliards de dollars !) ; ils vivent, grâce à leur rente impériale, bien au-dessus de leurs moyens et cela n'est pas durable.

PME mal loties. La France, contrairement à l'Allemagne, investit déjà beaucoup trop dans les secteurs « chercheurs » (40 % des dépenses publiques de recherche sont concentrées dans le nucléaire, l'espace et le militaire, et profitent d'abord à quelques grandes entreprises) et pas assez pour stimuler les recherches dans les secteurs de moyenne ou basse technologie et dans les PME. Ces dernières bénéficient de moins de 10 % de l'effort public de recherche. La France a aussi presque deux fois plus de diplômés de l'enseignement supérieur que l'Allemagne, cinq fois moins d'apprentis et son solde extérieur en biens d'équipement est trois fois plus faible. Cherchez l'erreur !

Comparée à l'Allemagne, la France manque surtout de grandes PMI, en raison du coût capitalistique très élevé et des problèmes liés à la transmission du patrimoine. Il n'y a, en France, que 2.000 entreprises industrielles de plus de 250 salariés. Elles comptent pour 65 % de la valeur ajoutée du secteur et assurent les quatre cinquièmes des exportations. 25 % de la valeur

ajoutée revient aux 20.000 entreprises ayant entre 50 et 250 employés. Et il n'y a que 1 % des créateurs, soit 2.000 par an, qui se lance dans l'industrie.

Pour muscler l'industrie, il n'y a pas d'autre voie à suivre que celle de la spécialisation dans les productions innovantes et à haute valeur ajoutée. Il n'y a pas de secteurs condamnés, ni de fatalité dans les difficultés des entreprises ; il n'y a que des managers défaillants et des entrepreneurs qui ont cessé de remettre en cause leur production alors qu'il faut innover pour gagner dans un monde en perpétuel changement.

Éducation. Les entreprises qui se contentent de vendre ce qu'elles produisent sont condamnées. Pour conquérir les marchés, il faut produire ce qui se vend, c'est-à-dire des biens et des services répondant à des besoins réels ou latents. Les entrepreneurs innovants sont bien les magiciens de la croissance. La société de la connaissance est un beau défi, à condition de commencer par faire en sorte qu'il n'y ait plus 20 % des enfants qui entrent en sixième sans savoir correctement lire, écrire et compter. Car il n'est de richesses que d'hommes éduqués. La civilisation est fragile et ne tient qu'à ce fil de l'éducation. ■

(*) Membre de l'Académie des technologies, auteur du « *Courage du bon sens* », Odile Jacob, 2007.