

Créateurs d'entreprise: qui est innovant ?

*Une tentative pour appréhender l'ensemble des formes d'innovation au sein des nouvelles entreprises **

Par André Letowski, expert en création d'entreprises

La création d'entreprises innovantes est souvent abordée, notamment dans le cadre de l'accompagnement des nouvelles entreprises, quasi exclusivement sous le seul angle de la création High Tech, alors que dans le même temps le discours tenu par ceux qui s'inquiètent de développement économique et d'entrepreneuriat mettent en avant l'innovation comme une des caractéristiques essentielles de l'acte d'entreprendre.

Serait-ce parce qu'on ne sait pas appréhender et agir sur les comportements des nouveaux dirigeants? Serait-ce parce qu'il est plus facile de s'en tenir à une approche « technique », relative à la qualité technologique de l'innovation, voire à sa diffusion sur le marché, et au montage d'un dossier complexe tant en termes financiers qu'en termes juridiques et fiscaux ?

A cela il faut sans doute ajouter le mythe de voir émerger parmi les innombrables créations le « Google à la française », quelques *happy few* capables d'apporter beaucoup à la croissance, à l'emploi... dispensant ainsi de s'occuper des autres créations ou du moins légitimant le fait qu'il faille réserver son énergie à ces quelques entreprises dont les résultats sont aussi fort valorisant pour qui les accompagne... Quoi de plus « scandaleux » pour certains enseignants de « grandes écoles » qu'un de leurs brillants étudiants d'une école d'ingénieur, se lance dans une franchise de commerce de détail ! S'il réussit à créer une forme originale de franchise, avec à la clé un réseau de nombreux indépendants franchisés, générant un réel développement de l'emploi, et la perspective de réaliser une belle plus value financière, il sera alors à moitié pardonné...

Qu'en est-il en fait des différentes formes d'innovation dans les entreprises nouvelles ?
Qu'en sait-on ? Peut-on les chiffrer ? A quelles caractéristiques répondent-elles ?
Peut-on en tirer quelques spécificités en mesure de mieux appréhender le créateur innovant au travers de son comportement et des résultats de l'entreprise créée ?

Mon propos est ici de me limiter à la seule création d'entreprise ; je ne prendrai donc pas en compte l'innovation dans les entreprises en place, notamment de taille moyenne ou grande.

Les définitions pour approcher l'innovation au sein des créations nouvelles sont souvent fort imprécises

Les définitions « référentes » sont au départ celles issues du champ des moyennes et grandes entreprises. Ces définitions ne sont pas aisément applicables en l'état au champ des TPE. Si nous nous en tenons au champ de l'innovation technologique, l'OCDE, dans le cadre du manuel d'Oslo, mis au point avec Eurostat pour conduire les enquêtes autour de l'innovation, met en avant deux caractéristiques fondamentales pour les identifier : le secteur d'activité (haute, moyenne & basse technologie) et les dépenses de R&D.

** Texte issu d'une conférence donnée par André Letowski à l'occasion de la journée organisée par le groupe SUP de Co Amiens le 10 octobre 2008.*

Que dit le manuel d'Oslo ? Citation de l'édition 2005 page 11:

« L'innovation fait intervenir les principales activités suivantes : des travaux de R-D, d'autres moyens d'acquisition des connaissances (brevets, licences, services techniques, etc.), l'achat de machines et de matériels (qui incorporent une technologie nouvelle ou qui sont destinés à être utilisés de manière habituelle pour la fabrication d'un produit nouveau), diverses autres mesures tendant à préparer la production et la livraison, y compris l'outillage, la formation du personnel et des actions de marketing... »

Serait-ce que les nouvelles entreprises de basse technologie, fort nombreuses dans la création d'entreprise, ne puissent être déclarées innovantes ?

Par ailleurs, les dépenses de R&D, base des aides fiscales, sont elles aussi difficiles à chiffrer dans la nouvelle entreprise où le dirigeant exerce généralement lui-même les fonctions de R&D, celle de la gestion quotidienne de l'entreprise, celle de commercial, celle encore de producteur... Il dispose rarement de personnel salarié au démarrage en mesure de se consacrer exclusivement à ces fonctions de recherche. On sait aussi que nombre de dirigeants de nouvelles entreprises, pour faire leur place sur le marché à partir de leur innovation, doivent passer par la vente de conseil expert et ce souvent pendant plusieurs années.

Autre approche, la définition de la jeune entreprise innovante selon les textes officiels préparés notamment par le ministère de la recherche et de l'enseignement supérieur (Loi n° 2003-1311 du 30 décembre 2003, Loi n° 2004-1484 du 30 décembre 2004, Loi n° 2005-1720 du 30 décembre 2005)

« Une entreprise est qualifiée de jeune entreprise innovante réalisant des projets de recherche et de développement lorsque, à la clôture de l'exercice, elle remplit simultanément les conditions suivantes :

- 1° elle est une petite ou moyenne entreprise, c'est-à-dire employant moins de 250 personnes, et qui a soit réalisé un chiffre d'affaires inférieur à 40 millions d'euros au cours de l'exercice, ramené ou porté le cas échéant à douze mois, soit un total du bilan inférieur à 27 millions d'euros. L'effectif de l'entreprise est apprécié par référence au nombre moyen de salariés employés au cours de cet exercice ;
- 2° elle est créée depuis moins de huit ans ;
- 3° elle a réalisé des dépenses de recherche, représentant au moins 15 % des charges totales engagées par l'entreprise au titre de cet exercice, à l'exclusion des charges engagées auprès d'autres jeunes entreprises innovantes réalisant des projets de recherche et de développement ou auprès d'entreprises bénéficiant du régime prévu à l'article 44 un decies ;
- 4° son capital est détenu de manière continue à 50 % au moins :
 - a. par des personnes physiques ;
 - b. ou par une société répondant aux mêmes conditions dont le capital est détenu pour 50 % au moins par des personnes physiques ;
 - c. ou par des sociétés de capital-risque, des fonds communs de placement à risques, des sociétés de développement régional, des sociétés financières d'innovation ou des sociétés unipersonnelles d'investissement à risque à la condition qu'il n'existe pas de lien de dépendance au sens des deuxième à quatrième alinéas du 12 de l'article 39 entre la société en cause et ces dernières sociétés ou ces fonds ;
 - d. ou par des fondations ou associations reconnues d'utilité publique à caractère scientifique, ou par une société qualifiée elle-même de jeune entreprise innovante réalisant des projets de recherche et de développement ;
 - e. ou par des établissements publics de recherche et d'enseignement ou leurs filiales ... »

Une telle définition montre la difficulté d'accès à ce statut puisque seules 1 789 entreprises en ont bénéficié en 2006, alors que près de 2 millions d'entreprises ont été créées au cours de la période des huit premières années de création pendant lesquelles on peut accéder à ce statut.

Définition de l'entreprise innovante selon OSEO, l'institution publique en charge de faciliter la création d'entreprises innovantes, notamment par un financement approprié :

« La création d'entreprise innovante reste par définition une création d'entreprise, avec toutes ses caractéristiques (choix d'un produit ou d'un service, sélection d'un modèle économique, étude d'un marché, élaboration d'un plan de financement, et montage d'une équipe).

La qualification « innovante » est portée par l'usage d'une technologie ou d'un service inédit sur le marché, basé sur l'exploitation de résultats de la recherche publique ou privée, qui doit apporter un avantage important par rapport à l'offre commerciale classique. Une entreprise innovante est donc plus complexe car elle doit prendre en compte outre les aspects de propriété intellectuelle, une étude de marché de produits qui n'existent pas encore, mais aussi des recherches de financement spécifiquement liées à une prise de risque plus importante »

En 2007 OSEO a financé 750 créations d'entreprises nouvelles (d'au plus trois ans d'activité).

Rappelons aussi les résultats du **concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes : 994 lauréats ayant créé depuis 1999**, soit un moyenne d'une centaine entreprises par an...

L'innovation en termes de chiffre resterait-elle un phénomène marginal en nombre d'entreprises ?

Pourtant si l'on interroge les créateurs d'entreprise, près de la moitié se déclarent innovants (chiffres Sine 1998).

Il y a donc une perception bien différente de l'innovation selon les acteurs à qui on s'adresse et selon les situations...

De la difficulté d'appréhender ce que l'on appelle l'innovation dans l'ensemble des créations

L'INSEE, dans le cadre des enquêtes SINE, interroge tous les quatre ans depuis 1994 un échantillon représentatif de l'ensemble des créateurs du premier semestre de l'année de l'enquête (autour d'un créateur sur trois, soit près de 50 000 créations nouvelles en 2006) pour connaître le profil du dirigeant, celui de l'entreprise et les modalités de la création. La question de l'innovation est une préoccupation permanente mais se heurte à la façon de l'approcher dans un questionnaire court, visant à saisir les grandes caractéristiques de la création ; le nombre de questions afférentes est plus que limité d'autant que la création innovante, au sens High Tech, est très marginale en nombre ; il importe aussi de prendre en compte plus largement tout type d'innovation (non seulement technologique, mais aussi commerciale et organisationnelle) ; ceci étant, l'innovation ne peut y être appréhendée que très superficiellement, sachant que cette enquête a été pensée comme le point de départ d'autres enquêtes possible. Enfin, l'expérience montre que la formulation des questions posées est essentielle pour obtenir des réponses exploitables et significatives.

En 1998, la question avait été posée pour différencier les créateurs innovants de ceux qui se percevaient affrontés à une concurrence forte. 3,6% avaient alors répondu proposer un nouveau produit ou un nouveau procédé de fabrication, 11% un nouveau service, 5,7% un nouveau mode de commercialisation et 82% se heurter à une forte concurrence. Si la formulation de la question n'était pas la plus satisfaisante, elle avait permis de dégager un chiffrement en phase avec ce que les rares experts de la question estimaient : moins de 2%

pour les créations innovantes High Tech, ce qui conduisait à évaluer le nombre de créateurs innovants entre 2 000 et 3 000. Cette question a de nouveau été posée aux créateurs pérennes à trois ans dans l'enquête 2002 (interrogés en 2005).

L'enquête 2006 a complété les questions posées, et s'est par ailleurs s'inspirée de l'approche de France Initiative, introduisant une question sur l'utilisation de la technologie.

Quatre questions étaient posées :

- *Pensez-vous avoir introduit sur votre marché des produits ou services nouveaux ? Oui 30%*
- *Pensez-vous sur votre marché avoir développé des concepts de vente nouveaux ? Oui 14%*
- *Pensez-vous sur votre marché avoir introduit des méthodes ou procédés nouveaux de fabrication ? Oui 9%*
- *Globalement diriez-vous que la technologie :*

** est à la base des produits ou services que vous proposez ? Oui 11%*

** est un support important pour votre activité ? Oui 20%*

** intervient un peu dans votre activité ? Oui 26%*

** n'intervient pas du tout dans votre activité ? Oui 43%*

Une question complémentaire est posée lors de chaque enquête et concerne la motivation « idée nouvelle de produit, service ou marché » : 13% répondent oui à cette question en 2006 ; c'est aussi l'ordre de grandeur pour les autres années de l'enquête.

Comme on peut le constater, le questionnement des enquêtes SINE a évolué pour tenter d'approcher cette réalité de l'innovation, sans s'être donné les moyens d'une exploitation satisfaisante pour chiffrer l'ensemble des entreprises innovantes et conduire à caractériser le comportement innovant.

Dernière approche, celle de France Initiative, association distribuant des prêts d'honneur aux créateurs pour faciliter leur accès aux prêts bancaires.

Les résultats exploités ici sont ceux de créateurs pérennes à trois ans (2004-2007) observés en 2007 ; l'enquête, pour permettre une comparaison avec l'ensemble des créateurs français, a repris nombre de questions de l'enquête Sine.

Le groupe de créateurs innovants a été défini à partir de plusieurs questions posées (se percevoir comme innovant au démarrage et trois ans après la création, croisés avec recourir ou non aux technologies), conduisant à ce que 10% des créateurs interrogés et bénéficiaires de prêts d'honneur soient repérés comme innovants ; au démarrage, 25% se déclaraient innovants.

L'utilisation de la technologie différencie les créateurs innovants des non-innovants plus que les autres caractéristiques. Ainsi les ¾ des créateurs définis ici comme innovants utilisent les technologies comme support essentiel ou important de leur activité contre 29% pour les non-innovants alors que sont nettement moins discriminants l'introduction de produits ou de services nouveaux (57% pour les innovants contre 65% pour les non-innovants), le développement de concepts de ventes novateurs (18 contre 13%), la mise en place d'une organisation nouvelle (15 contre 14%) et l'introduction de procédés de production ou de méthodes nouvelles (8,5 contre 6,5%) ; l'utilisation d'internet sera un peu plus

discriminante (84 contre 70%), notamment dans la passation de commandes (69 contre 52%), la recherche de marchés (62 contre 46%), la création d'un site web pour l'entreprise (51 contre 34%) et la vente en ligne (18 contre 11%).

Il nous faut maintenant approcher plus avant ce qui caractériserait davantage les innovants.

Quelques points de repère pour spécifier les innovants

Les PME innovantes selon OSEO (rapport PME 2008)

Il nous paraît important de ne pas négliger les caractéristiques des PME repérées comme innovantes, au-delà des seules créations nouvelles ; **d'ailleurs celles-ci sont 38% des PME innovantes** (11% ont au plus un an, 16% entre un et trois ans et 11% de trois à cinq ans d'ancienneté dans la création) alors que 42% ont plus de dix ans. Rappelons que ces données sont issues de la banque de données OSEO et ne couvrent pas l'ensemble du champ de l'innovation, notamment celui des entreprises de plus de 250 salariés.

40% ont un effectif inférieur à dix personnes, 35% entre dix et cinquante et 6% plus de cent. Les activités d'innovation sont concentrées dans les services (35% dont 18% dans l'informatique et 11% dans l'architecture ingénieries et contrôle), et dans l'industrie (28% dont 8% dans les industries des équipements mécaniques, 6% dans les équipements électriques et électroniques, 5% dans la métallurgie et la transformation des métaux, 5% dans la chimie/caoutchouc/plastiques, et 4% dans l'agro-alimentaire).

En termes de chiffre d'affaires, en ce qui concerne les PME d'au moins trois ans d'activité, 42% ont un chiffre inférieur à 1,5 M€ et 20% de plus de 7,5M€. Selon les commentaires faits par OSEO, **il faut une dizaine d'années aux entreprises innovantes pour qu'elles soient présentes sur le marché avec leur innovation, que l'entreprise soit nouvelle ou ancienne.** La moitié des innovantes exportent, y compris les jeunes entreprises.

L'approche création innovante par la motivation « idée nouvelle de produit, de service ou de marché » dans l'enquête SINE 2006

Si cette approche n'est pas la plus satisfaisante pour approcher la création innovante, parce qu'elle est le fait d'une perception globale et subjective, c'est toutefois la plus facilement identifiable quand on rencontre un porteur de projet ou un nouveau créateur ; elle est a priori signifiante d'un comportement innovant.

13% des créateurs formulent en 2006 cette motivation dans l'enquête SINE.

Qui sont ces créateurs ?

- Plus que les autres créateurs, **ceux qui mettent en avant cette motivation citent deux fois plus que les non-innovants** (ceux qui ne formulent pas cette motivation de créer parce qu'ils ont une idée nouvelle de produit/service ou marché) **qu'ils ont innové en matière de concept de vente ou de méthode et procédé** ; par contre, ceux qui sont sous enseigne commerciale (franchise, concession, chaîne volontaire...) citent paradoxalement peu l'innovation comme nouveau concept de vente. 44% disent, par ailleurs, faire appel à la technologie comme base ou support essentiel de leur activité (29% pour les non-innovants) et 41% ont recours à Internet pour présenter leur entreprise (21% pour les autres).

L'innovation produit/marché est ainsi en lien structurant avec l'innovation commerciale, le recours à la technologie, notamment comme socle de la production et outil de conquête de marchés.

- En ce qui concerne les caractéristiques de l'entreprise, la **clientèle dominante** est **plus souvent de type entreprise** (41% contre 37) et **de niveau national voire international** (31% contre 20).

Les activités innovantes en termes de fréquence sont celles que nous avons précédemment vu dans les résultats de l'enquête OSEO : entre 23 et 30% des créations dans l'activité observée ; ce sont les industries des composants électroniques et celles des équipements électroniques et électriques, les industries aéronautiques, celles de l'édition/imprimerie/reproduction, mais en petit nombre ; en nombre plus conséquent, mais avec des fréquences plus modestes quant au fait de se déclarer innovant, des secteurs plus traditionnels (entre 15 et 20% des créations de l'activité le commerce de gros et de détail, les activités récréatives, culturelles et sportives, les services aux personnes, les services aux entreprises...). En somme, nombre d'activité que l'on ne classerait pas dans l'innovation mais dont une minorité de dirigeants disent jouer l'innovation ; l'observation fine conduit toutefois à devoir prendre du recul avec la subjectivité du dirigeant, car pour certains l'innovation est une simple adaptation sans apport réellement nouveau sur le marché.

Quatre groupes de caractéristiques spécifient les dirigeants des entreprises innovantes au sens de « idée nouvelle de produit, de service ou de marché ».

- **Une volonté plus explicite de développer la nouvelle entreprise.** La moitié disent avoir pour objectif de développer nettement leur entreprise (1/3 pour les non-innovants). Ils envisagent davantage d'embaucher à l'issue de la première année d'exercice (1/3 contre 22%). Ils font davantage appel à la forme sociétale (59% contre 47) et ont réuni davantage de capitaux pour démarrer (55% ont réuni au moins 8 000 € contre 45%).

- **Des dirigeants davantage inscrits dans la culture entrepreneuriale :** 1/3 ont déjà créé une entreprise dans le passé et 21% étaient chefs d'entreprise au moment de cette nouvelle création (contre respectivement 26 et 14%) ; 76% font état d'un entourage proche entrepreneurial (contre 68%). On y trouve aussi parmi ceux qui ont eu une expérience de salarié, davantage de cadre ou d'agent de maîtrise (58% contre 46) ; ces créateurs ont d'ailleurs plus souvent acquis l'expérience les ayant conduit à créer dans des entreprises de plus de 50 salariés.

Notons aussi qu'ils manifestent davantage le goût d'entreprendre (44% contre 38) et moins le désir d'indépendance (50% contre 62) et deux fois moins le fait de créer parce que sans emploi alors qu'ils viennent quasiment autant du chômage que les autres créateurs.

- **Autre fait d'importance encore : la moitié vient de l'enseignement supérieur** (contre 35% pour les autres créateurs)

- **Ils ont enfin sollicité davantage d'appuis pour monter leur projet** de création, faisant ainsi davantage appel aux organismes spécifiques d'appui à la création (38% contre 30) et aux professionnels du secteur marchand (29% contre 22) ; ils ont aussi été plus souvent aidés au démarrage par leurs fournisseurs et clients. Ils ont enfin bénéficié plus souvent de financements extérieurs à l'entreprise (30% un prêt bancaire à l'entreprise, 17% un prêt bancaire à la personne du créateur, 14% un autre type de prêt, et 9% l'apport d'autres sociétés contre respectivement 25, 15, 9 et 5%), alors que la banque est plutôt prudente face à ce qui est nouveau.

Nous venons ainsi d'observer un faisceau de caractéristiques qui contribuent à identifier ce qu'est une entreprise innovante (au delà du High Tech) et ce qu'est un comportement innovant.

L'apport de l'enquête France Initiative (FI) : le recours à la technologie comme élément discriminant et la constitution d'un groupe de créateurs innovants à comparer avec les non-innovants.

Comme nous l'avons écrit plus avant, le recours à la technologie est la caractéristique la plus discriminante, alors que le fait d'introduire des produits ou services nouveaux sur le marché, d'adopter des concepts de vente nouveaux ou des méthodes de production inhabituelles n'est qu'un peu plus fréquent dans le groupe des innovants.

Les innovants de cette enquête sont présents dans de nombreuses activités de commerce, construction, transports, et bien sûr dans l'industrie et les services aux entreprises, manifestant que l'innovation n'est pas perçue comme réservée à certaines activités.

Autre élément de cadrage à évoquer, le fait que les créateurs bénéficiaires de prêt d'honneur de France Initiative se révèlent nettement plus développeurs que l'ensemble des créateurs, y compris ceux bénéficiaires de prêts bancaires au démarrage.

Rappelons aussi que nous observons ici des créateurs pérennes à trois ans, permettant de traiter du développement effectif et non plus intentionnel.

Quatre points fort caractérisent ces innovants :

1. L'inscription dans la culture entrepreneuriale

- **La moitié se perçoit comme chefs d'entreprise contre ¼ dans le groupe des non-innovants** où l'on se perçoit davantage comme artisan, commerçant, profession libérale ou indépendant/à son compte.

- En termes de motivation à créer, sont plus habituels le fait de créer parce qu'on a une idée nouvelle de produit/service ou marché et le goût d'entreprendre.

- **60% sont issus de l'enseignement supérieur** (39% pour l'autre groupe) et 60% sont d'ex cadres ou agents de maîtrise (40%). 28% seulement des innovants s'inscrivent dans la reproduction de leur ancien « métier » contre 41% pour les non-innovants, tout en créant une activité en lien avec leur précédente activité (37% contre 27).

- Ils développent un **partenariat interentreprises nettement plus fréquent** : s'ils travaillent davantage en sous-traitance (33 % contre 25), ils donnent aussi davantage de travaux en sous-traitance à d'autres entreprises (42 % contre 24), et recherchent plus souvent des marchés avec d'autres entreprises sous formes de co-traitance ; ceci les conduit à privilégier plus que les autres la passation de nouveaux accords d'entreprise comme élément marquant de leur politique commerciale (46 % contre 26). 42 % des non-innovants ne savent pas répondre à cette question du partenariat avec d'autres entreprises.

Ce partenariat se traduit encore par **une participation plus fréquente à des clubs de créateurs** (23% contre 9).

2. Une volonté de développement plus marquée

- **En termes d'emploi**, si au démarrage l'effectif moyen est proche pour les deux sous-populations (2,4 emplois occupés plein temps) intégrant celui du chef d'entreprise, l'écart s'accroît 3 ans après (4,8 contre 3,7) ; il s'accroît encore quand la question de l'effectif envisagé « en rythme de croisière » est posée (7,3 contre 4,4). D'ailleurs la moitié des innovants envisageaient d'embaucher dès la 4^{ème} année de leur création (contre 1/3 pour les non-innovants).

- **Il en est de même du chiffre d'affaires et du développement escompté** : la moitié (54 %) des innovants réalisent 3 ans après la création un chiffre d'affaires d'au moins 150 000 € hors taxes contre 38 % pour les non-innovants; 13 % réalisent un chiffre supérieur à 750 000 €. Mais élément plus intéressant, **la moitié des innovants disent avoir beaucoup augmenté leur chiffre d'affaires au cours des deux dernières années** contre un peu plus d'un tiers pour les non innovants, ces derniers ayant privilégié pour 58 % d'entre eux la stabilité. 70 % envisagent pour la 4^{ème} année la poursuite d'un fort développement contre 45 % pour les non-innovants.

- **L'investissement des deux premières années est lui aussi plus conséquent** : au démarrage, la répartition des capitaux disponibles par tranche de taille est proche pour l'une et l'autre sous-population (60 % ont réuni moins de 40 000 € et 22 % plus de 80 000 €, 18 % pour les non-innovants pour cette dernière tranche) ; trois ans après, Les 2/3 des innovants déclarent avoir investi au cours des deux dernières années plus de 15 000 € dont 30 % plus de 75 000 € contre respectivement 46 et 14 % pour les non-innovants. Au total, 80 % ont réalisé des investissements contre 61 % pour les non-innovants.

Si le type d'investissement nouveau est souvent proche quelque soit la sous-population, trois types d'investissement sont plus spécifiques aux innovants : les investissements en R&D (46 % d'entre eux contre 10% pour les non-innovants), les achats de services (conseil, formation, communication..) pour 34 % d'entre eux (18% pour les autres créateurs) et les achats de brevet et licence (14% contre 6%).

3. Des pratiques professionnelles qui accompagnent le développement

- **Une création en société très fréquente** (78 % des créations innovantes contre 58 %) et un recours plus habituel à des associés participant à la direction de l'entreprise (28 %), deux fois plus que pour les non-innovants.

- **Des actions commerciales plus intensives** : plus de prospection clients, davantage de mise en concurrence régulière des fournisseurs, un peu plus d'efforts publicitaires, mais surtout presque deux fois plus de passation d'accords avec d'autres entreprises. **Internet est beaucoup utilisé pour passer des commandes, se faire connaître et rechercher des nouveaux marchés, bien plus que pour les non-innovants.** La responsabilité de ces actions est aussi plus fréquemment déléguée totalement ou partiellement en interne ou en externe (1/3 pratiquent ainsi contre 23 % pour les autres créateurs).

- **Le recours plus fréquent à des conseils experts et aux associés lors d'une décision importante à prendre** : si les 3/4 font appel à leur expert-comptable qu'ils soient ou non innovants, 39 % font appel à des experts du secteur marchand (contre 21 % pour les non-innovants) et 37 % à leur(s) associé(s).

4. Des problèmes plus conséquents et un financement moins facile

- 37 % des non-innovants déclarent n'avoir pas rencontré de problème important depuis la création contre 29 % pour les innovants ; certains des problèmes connus sont d'une intensité proche quelque soit le type de créateur (problèmes de débouché et concurrence pour 18 %, problème de gestion du personnel pour 13 %) ; en revanche, **le problème financier est davantage évoqué par les innovants** (30 % contre 22%). Il l'est **notamment en trésorerie**, où trois causes sont souvent citées, plus souvent par ailleurs que pour les non-innovants : difficulté d'accès au crédit pour 45 % contre 24 pour les non-innovants ; délais paiement clients avec 64 % ; ou encore un endettement jugé trop élevé pour 34 %. Plus que les non-innovants, ils estiment que la concurrence et l'évolution du marché, l'insatisfaction client, la trésorerie et le recrutement d'une main d'œuvre adaptée sont des risques majeurs pour l'avenir.

- Paradoxalement, alors que les montants en capitaux initiaux sont proches entre les deux groupes de créateurs, **les innovants ont eu moins accès au prêt bancaire**. Ceci est encore plus vrai au cours des deux dernières années où les **innovants ont davantage investi, mais ont dû faire davantage appel aux réserves de l'entreprise** (67 % contre 58 pour les non-innovants), **à leurs ressources personnelles** (44 % contre 31) ou **à une augmentation du capital social** (16 %) ; 62 % comme les autres créateurs ont bénéficié d'un prêt bancaire et 26% d'un crédit bail.

Aux termes de l'examen de ces résultats, deux remarques :

- Le faisceau de caractéristiques spécifiant le comportement innovant peut se confondre avec le comportement de développeur ayant choisi de s'appuyer sur les technologies.
- Les caractéristiques de l'innovation High Tech ou telles que définies dans le manuel d'Oslo ou le ministère de la recherche (concours de la création innovante, statut de la jeune entreprise innovante) sont pour partie autres que celles qui traitent du comportement innovant.

Quelques compléments autour des créateurs « innovants » issus de l'enseignement supérieur (Sine 2006)

L'utilisation de la technologie comme support essentiel de l'activité est beaucoup plus le fait des créateurs issus de l'enseignement supérieur (60% fondent leur activité sur la technologie) que ceux issus de l'enseignement secondaire (29%), y compris ceux issus de l'enseignement technique, bien que la micro-informatique et Internet soient devenus pour l'ensemble des créateurs une pratique courante (72% de ceux qui ne font pas ou peu appel à la technologie utilisent le micro-informatique et 66% Internet).

Nous appellerons, dans cette partie du texte, créateurs innovants ceux utilisant habituellement la technologie comme base de leur activité.

En termes d'activité, les 2/3 des créateurs innovants issus de l'enseignement supérieur créent dans les services aux entreprises (57% dans l'assistance conseil aux entreprises). **Près des 3/4 de ces créateurs ont une clientèle dominante d'entreprises**, 44% **une clientèle à caractère national ou international** ; 39% travaillent en sous-traitance. Peu cependant dirigent avec des associés (16%).

Que constate-t-on dans le groupe restreint de créateurs conjuguant trois caractéristiques repérées comme essentielles pour définir les innovants : issus de l'enseignement supérieur, utilisant largement les technologies dans leur activité et ayant réuni au moins 40 000€ de capitaux initiaux (dont 26% plus de 160 000€) ? Ils seraient de l'ordre de 3 000 en 2006.

La clientèle dominante comme les activités créées connaissent quelques changements : 57% déclarent moins souvent une clientèle dominante d'entreprises (contre les 3/4 pour l'ensemble de leur groupe) et 41% des activités appartiennent au secteur du commerce (dont 18% de détail et 13% de gros ; 15% exercent sous une enseigne commerciale), alors que seulement 35% exercent dans les services aux entreprises.

L'emploi y est nettement plus fréquent : 39% ont embauché dès le démarrage et la moitié ont l'intention de le faire dans l'année qui suit celle de la création.

45% partagent la direction de l'entreprise dont 32% avec des associés.

78% ont été cadres et 40% ont déjà créé dans le passé ; 30% étaient chefs d'entreprise juste avant la création, la moitié continuant à diriger simultanément les deux entreprises.

Le commerce : certains types de commerces, s'affichent comme faisant partie des innovants et plus développeurs que d'autres secteurs d'activité.

L'importance des sensibilisations et formations à l'entrepreneuriat dans l'appareil de formation initiale, notamment dans les établissements d'enseignement supérieur.

En guise de conclusion

Une première conclusion au regard des résultats des différentes enquêtes montre la diversité des situations d'innovation et plaide pour que l'on s'attache davantage au comportement entrepreneurial qu'on ne le fait actuellement, malgré les incessantes références à Schumpeter. L'innovation via l'utilisation des technologies est manifestement une voie marquante pour le développement des entreprises nouvelles, développement souvent plus conséquent que chez les innovantes High Tech si l'on exclut le petit nombre en mesure de connaître un développement explosif. Il est certes essentiel de poursuivre l'effort en direction de ces créations High Tech, mais il faut engager un travail d'appui au développement pour ces autres entreprises autrement innovantes, nettement plus nombreuses, même si elles sont elles aussi une minorité face à l'ensemble des créations.

Nous avons besoin d'innovation pour que nos entreprises se positionnent sur des marchés toujours plus concurrentiels. La création d'entreprise si elle croit fortement en nombre, délaisse actuellement le développement pour privilégier la création de son propre emploi, fut-il comme expert ; la majorité des réseaux d'accompagnement se situent essentiellement au démarrage dans le montage du projet et trop peu dans le suivi pour appuyer le développement des dirigeants qui seraient demandeurs. Les résultats des enquêtes observées nous apportent des caractéristiques pour repérer ces créateurs et les accompagner

La seconde conclusion porte sur le travail important que doit accomplir l'enseignement initial pour sensibiliser et former à la création d'entreprise. Beaucoup d'actions sont déjà conduites ; en témoignent les 300 actions repérées dans l'enseignement supérieur et la centaine dans le secondaire, recensées et mises à jour par l'Observatoire des Pratiques Pédagogiques, programme d'action de l'APCE dont j'ai assuré la direction pendant près de sept ans. Ce même Observatoire a consacré ses journées annuelles de novembre 2007 à l'innovation, pour en approcher l'essence et la diversité.

Le travail aujourd'hui conduit dans nombre d'établissement est prometteur quand on considère les résultats : construction en équipes de projets de création à partir de niches de marché repérées par les scolaires et les étudiants, temps long de parcours (souvent plusieurs mois), implication forte d'enseignants et de chefs d'entreprise, apprentissage concret de la construction de projet, cycle complet proposé par certains établissements comprenant la sensibilisation, la formation, l'accompagnement de vrais projet en incubation, et dans certains cas fonds d'amorçage pour aider au financement du projet.

Mais il reste beaucoup à faire, les institutions en charge de ces questions étant peu mobilisés et initiatrices.

Malgré les difficultés à créer et développer, il est bon de rappeler que selon plusieurs travaux d'enquête auprès de créateurs pérennes à trois ans, les $\frac{3}{4}$ sont satisfaits d'avoir créé. C'est aussi le taux de satisfaction des créateurs innovants de l'enquête France Initiative.

André Letowski, expert en création d'entreprises