



COMPTE-RENDU DE LA TABLE RONDE ASTON

Les moteurs du succès pour les PME françaises innovantes

Quels leviers utiliser pour rendre les PME françaises innovantes plus compétitives ?

Le 20 septembre dernier, une table ronde était organisée à l'initiative d'Aston, PME française sur le marché de la télévision numérique, sur le thème des moteurs du succès pour les PME françaises innovantes. L'objectif de cet événement pour Aston était de contribuer à mieux porter le point de vue des PME en démontrant qu'une bonne utilisation des mécanismes existants permettait d'améliorer la compétitivité... Pour peu que ces dispositifs s'inscrivent dans la durée, permettant ainsi aux PME de les intégrer dans leur stratégie à moyen et long terme.

À l'occasion de ce débat, différentes personnalités, très sensibilisées sur le sujet, sont intervenues pour partager leur expérience et faire part de leurs propositions : **Thomas Courbe**, Directeur de cabinet de **Pierre Lellouche**, Secrétaire d'État chargé du commerce extérieur, **Florence Joseph**, Cabinet Alma Consulting Group, **Stéphane Nitenberg**, Directeur général d'Aston, **Patrice Noailles**, Délégué du Comité Richelieu, **Hervé Novelli**, député d'Indre-et-Loire et ancien ministre en charge des PME, **Philippe Peyrard**, Directeur général délégué d'Atol les opticiens, et **Elisabeth Puissant**, Directrice de la mission économique Ubi-france en Russie.

Le débat s'est articulé autour de trois thèmes principaux : la compétitivité industrielle et la production en France, le financement à l'innovation, notamment par le Crédit Impôt Recherche et le développement à l'export.

Le « made in France » pour les produits innovants à forte valeur ajoutée permet aux PME de créer de la richesse en France tout en étant compétitives

Le maintien d'une industrie forte en France est un enjeu majeur pour garantir une croissance à long terme pour notre pays : outre la sauvegarde des emplois, conserver une production compétitive contribue à maintenir l'innovation en France. Le savoir-faire industriel hexagonal est indiscutable à condition de savoir adapter notre marketing industriel : mieux segmenter les marchés, distinguer ceux à valeur ajoutée, créer de petits et moyens volumes, s'assurer l'identification des bons partenaires. Tout cela doit permettre aux PME de donner corps à leurs ambitions de développement, notamment celle de parvenir à produire du « made in France ».

L'expérience d'Aston dans ce domaine en est une illustration concrète : en 2010, la PME a installé une partie de la production de ses récepteurs HD en Alsace dans le cadre d'un partenariat industriel. Par la mutualisation des achats de composants, l'optimisation des process de production et l'économie réalisée sur les



Thomas Courbe, Directeur de cabinet de Pierre Lellouche.

droits de douane, Aston compense le surcoût de la main d'œuvre engendré par la production en France. Cette solution astucieuse permet à l'entreprise un gain de compétitivité compris entre 7 et 10 % !

Pour sa part, **Philippe Peyrard**, Directeur général délégué de la société Atol, a relocalisé la production de ses montures haut de gamme dans le Jura. Selon lui, les français seraient prêts à payer 15 à 17 % plus cher pour un « made in France » garanti, à condition d'apporter innovation et valeur ajoutée. Atol a donc travaillé avec ses partenaires spécialisés dans l'industrie lunetière pour concevoir des modèles sans vis ni soudure : le coût de revient des montures a ainsi diminué, permettant de proposer des produits innovants, à un prix répondant aux critères du marché.

Pour encourager ces initiatives, plusieurs leviers peuvent encore être activés. Comme l'a souligné **Hervé Novelli**, « produire en France, c'est possible mais à certaines conditions » : des progrès doivent être faits dans la législation, le travail et l'investissement (R&D). **Patrice Noailles**, du Comité Richelieu, souligne quant à lui la nécessité de renforcer les liens entre les grands groupes et les PME, ainsi que le lien étroit entre production en France et innovation. Comme l'illustrent Aston et Atol, seuls les produits à valeur ajoutée permettent d'absorber les surcoûts liés à une production en France. Production en France et innovation sont donc dépendantes l'une de l'autre.



La table Ronde, de gauche à droite : Stéphane Nitenberg, Elisabeth Puissant, Patrick Noailles, Florence Joseph et Philippe Payrard.

Le Crédit Impôt Recherche : un outil essentiel pour le financement et l'innovation des PME

« Il faut favoriser l'innovation, donc les dépenses de recherche et de développement », lance **Hervé Novelli** en réponse au thème. L'innovation est en effet au cœur de la compétitivité des entreprises et de la maîtrise des outils de production. Toutefois, l'innovation coûte cher : se pose la question de son financement.

Selon **Hervé Novelli**, le Crédit Impôt Recherche est une des solutions. Simplifié en 2008, ce dispositif a permis à 2 700 entreprises de financer leur Recherche et Développement en 2009. 30 % d'entre elles étaient des PME. Outre l'aide au financement de l'innovation, le CIR est également un booster pour l'emploi : comme le précise **Florence Joseph**, 38 % des entreprises françaises ayant eu recours au CIR déclarent avoir augmenté de 50 % le nombre d'innovations commercialisées, et près de 49 % ont augmenté leur effectif de R&D.

En 2008, Aston a bénéficié pour la première fois du Crédit Impôt Recherche. **Stéphane Nitenberg** avoue qu'il lui était impossible de l'envisager avant sa modification en 2008. Désormais, grâce au CIR, 30 % des dépenses en R&D de l'entreprise sont remboursées ou déduites fiscalement. Le premier effet a été le recrutement de trois ingénieurs pour renforcer sa capacité d'innovation et accélérer les projets en cours ; supporté seul, ce coût aurait été beaucoup plus risqué.

Pour être totalement efficace, ce dispositif doit s'inscrire dans une stratégie complète : tout d'abord, il est nécessaire d'aider les PME à protéger leurs innovations, et donc leurs investissements. Les procédures de dépôt de brevet sont aujourd'hui longues et méconnues et peuvent difficilement être assurées par des petites structures. Par ailleurs, le périmètre du CIR peut être élargi afin d'intégrer l'innovation à part entière. Ce projet est particulièrement défendu par le Comité Richelieu, qui propose l'instauration d'un Crédit Impôt Recherche Innovation et Partenariat.

Enfin, il est absolument indispensable de garantir la pérennité du dispositif pour les PME. Pour nombre d'entre elles, le CIR est aujourd'hui un élément fort de leur stratégie de développement à moyen et long terme. Il représente un véritable tremplin pour affronter dans de meilleures conditions les mouvements du marché en restant compétitif et toujours à la pointe de l'innovation.

L'Export comme levier de croissance commerciale

L'innovation française est capable de s'exporter : « Quatre PME exportatrices sur cinq sont des entreprises innovantes ! » rappelle **Thomas Courbe**. « Le Made in France fait vendre à

l'étranger » renchérit **Elisabeth Puissant**. Afin de lever les craintes qu'ont les PME à l'égard de l'export, il existe des leviers pouvant être activés.

Différents dispositifs ont en effet été mis en place pour aider les PME au niveau administratif, stratégique et financier : mise en place d'un guichet unique pour les démarches administratives, rationalisation des offres de financement public à l'export telles que la Coface, Oséo et Innovex. Par ailleurs, les missions proposées par Ubifrance permettent de rencontrer des acteurs économiques locaux, de comprendre le marché et de trouver les bons partenaires. Par ce dispositif, les PME exportatrices sont passées de 3 000 à 20 000 en 3 ans !

D'autres dispositifs pourraient voir le jour : en s'inspirant des modèles allemand ou italien, la mise en place de cadres économiques, fiscaux ou juridiques favoriserait la création de liens entre entreprises pour mieux se battre à l'étranger. « Plus qu'un portage ou qu'un rapport de sous-traitance, il s'agit ici de développer une véritable relation de partenariat entre les grands groupes et les PME, voire entre les PME elles-mêmes », souligne **Stéphane Nitenberg**. Par ces partenariats, les PME seraient ainsi renforcées dans leurs démarches. Dans le cadre d'une synergie entre PME, les entreprises pourraient mettre en commun leurs moyens pour démarrer la commercialisation d'un point de vue opérationnel sur un nouveau marché.

Étant entendu que l'ensemble de ces leviers doit aboutir à rendre les PME autonomes sur leur marché à l'export. « En tant que petite structure, le plus difficile sur un marché à l'étranger est d'amorcer les premières phases de commercialisation. Une fois ce cap passé, nous avons les compétences et les ressources pour développer notre activité sur le marché local de manière autonome. Il est indispensable que les PME conservent leur liberté de choix stratégique et leur indépendance d'actions », conclut **Stéphane Nitenberg**.

Recherche systématique de l'innovation, pérennité des dispositifs existants, simplification des démarches administratives, mise en place de vrais partenariats grands groupes/PME et synergies entre PME : en articulant tous ces leviers, les PME françaises peuvent être compétitives et imposer leurs solutions à l'international... Et devenir ainsi un levier assumé de compétitivité de la France !