

Libérer la Croissance Française par l'Usage des Technologies de l'Information et de la Communication

Les propositions du CIGREF

A la demande du Président de la République, la Commission pour la Libération de la Croissance Française doit formuler des propositions qui, une fois mises en œuvre, devraient permettre à l'économie française de connaître une croissance plus soutenue. A ce titre, les membres de cette Commission consultent des acteurs économiques, dont le CIGREF, dont la légitimité renvoie à sa mission même : « promouvoir l'usage des systèmes d'information comme facteur de création de valeur et source d'innovation pour l'entreprise ».

Les liens entre croissance et technologies de l'information et de la communication (TIC) sont avérés.. Aujourd'hui, le développement des TIC permet de réduire les coûts de production et d'accroître l'efficacité des entreprises, augmentant ainsi leur compétitivité. Mais de nombreuses entreprises peinent encore tirer parti de ces technologies, en raison d'un manque d'accès à l'innovation.

En effet, si le rôle de l'usage des TIC fait aujourd'hui l'unanimité, ce sont les mesures et les moyens à mettre en œuvre pour tirer pleinement profit de ce rôle qui font encore débat.

Pour le CIGREF, la libération de la croissance française passe par une libération des usages des TIC, et de l'innovation de manière plus globale. Trois leviers d'actions permettent d'atteindre cet objectif :

- Libérer le marché des TIC
- Promouvoir l'innovation en France dans les TIC et par les TIC
- Accélérer l'entrée de la France dans l'économie de la connaissance.

Synthèse	2
Commentaires des propositions	7
I - Libérer le marché des TIC	7
II - Promouvoir l'Innovation en France	11
III - Accélérer l'entrée dans l'économie de la connaissance	17

Libérer la Croissance Française par l'Usage des Technologies de l'Information et de la Communication

Les propositions du CIGREF

Synthèse

I ■ Libérer le marché des TIC

La mondialisation intrinsèque des TIC et le passage à l'économie numérique modifient de fait les relations de l'Etat et des entreprises. La participation aux règles globales des TIC implique le désengagement de l'Etat du fonctionnement des entreprises. L'Etat, au lieu de créer des freins à la création et au fonctionnement d'un système global, doit faciliter l'entrée des entreprises dans le marché des TIC.

1. Supprimer les freins mis à la création et à la gestion des entreprises dans le marché des TIC

Objectif : Faciliter le développement des entreprises françaises dans le domaine des TIC.

Proposition : Mise en place d'un réseau d'accompagnement et de conseil des PME, et création d'un interlocuteur unique entre les entreprises et l'État.

1 - Mettre en place un réseau simplifié d'accompagnement et de conseil des PME

La gestion de l'entreprise n'est souvent pas la compétence principale du créateur d'entreprises dans le domaine des technologies. Aujourd'hui, en France, la création et la gestion d'une entreprise ne sont pas à la portée du premier venu. L'État doit créer un dispositif unique pour faciliter le lancement d'une entreprise.

2 - Créer un interlocuteur unique entre les entreprises et l'État

Dans ses relations avec l'Administration, l'entreprise, en fonction de son secteur d'activité ou de ses différents employés, est susceptible d'avoir affaire à plus d'une dizaine d'interlocuteurs différents. Il faut créer un interlocuteur unique entre les entreprises et l'état, pour simplifier et accélérer le versement des prélèvements fiscaux et sociaux de l'entreprise.

2. Privilégier la médiation dans la résolution des conflits

Objectif : Accélérer la résolution des conflits entre entreprises, particulièrement dans le domaine des technologies de l'information.

Proposition : Création d'un centre de médiation et d'arbitrage par région.

Les conflits commerciaux représentent une charge importante en termes de temps et d'argent pour les entreprises innovantes, surtout dans le domaine des technologies de l'information, pour lesquelles les tribunaux ont souvent du mal à apprécier les aspects techniques du conflit. Nous proposons la création et la promotion d'un centre de médiation et d'arbitrage par région, afin de permettre aux entreprises de résoudre ces litiges rapidement et pour un coût abordable.

3. Adapter le droit du travail au marché de l'emploi

Objectif : Libérer le marché du travail

Proposition : Supprimer la loi sur le délit de marchandage

1 - Supprimer la loi sur le délit de marchandage

Dans le domaine des TIC, les sociétés ont de plus en plus fréquemment recours à des prestataires de service afin de gagner en expertise dans des domaines qu'elles ne maîtrisent pas. Il conviendrait, afin d'assainir les relations liant l'entreprise et les prestataires de services, de supprimer la loi sur le délit de marchandage. Il faut redonner sa valeur au travail et arrêter la différenciation entre les entreprises fonctionnant principalement en régie, et les sociétés d'intérim.

2 - Encourager et favoriser le travail à domicile

Aujourd'hui le développement des technologies de l'information et de la communication favorise le travail à distance. Ce mode d'organisation du travail a montré ses preuves en termes de gains de productivité ainsi que d'améliorations des conditions de vie et de travail. Or, des contraintes d'ordre technique et juridique freinent encore son développement (nécessité d'établir des avenants pour un changement de statut de salarié à travail à domicile salarié, assurances..).

II ■ Promouvoir l'innovation en France

La croissance de la France dépend de sa capacité à exploiter pleinement toutes ses ressources: créativité, compétences et activité entrepreneuriale. Elle passe ainsi par la possibilité, pour les entreprises innovantes, de promouvoir leurs innovations pour atteindre de nouveaux marchés et ainsi valoriser leurs savoir-faire particuliers. Pour les aider dans cette démarche, il est nécessaire de créer les conditions favorables à l'essor de leurs activités.

1. Établir un indice d'évaluation des entreprises innovantes en TIC

Objectif : Valorisation des entreprises les plus prometteuses.

Proposition : Création d'un outil de notation des PME innovantes en TIC.

Sur le modèle des « ratings » pays de la Coface, cet outil a pour objet de valoriser les entreprises les plus innovantes. Il évaluera la qualité de la gestion interne, l'importance de l'investissement en recherche et développement de l'entreprise, ainsi que le potentiel commercial de ses activités.

2. Renforcer l'accès des PME innovantes en TIC aux marchés publics

Objectif : Permettre aux PME innovantes de trouver des opportunités

Proposition : Création d'un Small Business Act à la française¹.

Cette mesure garantirait aux PME innovantes françaises une part conséquente des marchés publics, leur offrant l'opportunité de concurrencer les fournisseurs traditionnels et de gagner en crédibilité aux yeux des grandes entreprises.

3. Encourager les investisseurs à financer le démarrage des entreprises à fort potentiel

Objectif : Aider les entreprises innovantes à financer le démarrage de leurs activités

Proposition : Faciliter les relations entre les Business Angels et les PME innovantes en renforçant les réseaux de Business Angels.

Les Business Angels sont une source de financement bien adaptée à la phase de création et de démarrage des entreprises à fort potentiel, dans la mesure où ils apportent à l'entrepreneur non seulement des capitaux, mais aussi leur réseau de relations et leurs expériences professionnelles. Or, les réseaux de Business Angels en France sont encore peu développés et leurs actions d'accompagnement et de mise en relation entre investisseurs et entreprises à fort potentiel, limitées.

Pour bénéficier pleinement de ce mode de financement, il faut appuyer le développement des réseaux de Business Angels en France en facilitant, d'une part, leur formation dans les régions et en renforçant, d'autre part, leur expertise d'accompagnement des investisseurs et entrepreneurs à fort potentiels.

4. Revoir les modalités des concours récompensant l'innovation

Objectif : Attirer les investissements envers les entreprises à forte capacité d'innovation en TIC.

Proposition : Changement des modalités des concours.

Les prix et concours nationaux mettent en avant des entreprises à forte capacité d'innovation susceptibles d'attirer des investisseurs. Il faut changer les modalités des concours récompensant l'innovation pour intéresser davantage les entreprises. Celles-ci auraient l'opportunité de financer ces concours par le biais du crédit impôt recherche et de choisir elles-mêmes les thèmes et les lauréats. Il convient enfin d'augmenter la fréquence des appels à projets pour suivre le rythme actuel de l'innovation.

III ■ Accélérer l'entrée dans l'économie de la connaissance

L'économie aujourd'hui est de plus en plus fondée sur la connaissance. Le développement du secteur tertiaire, le progrès technique, la mondialisation (qui entraîne une importance moindre pour le travail physique dans les coûts), sont à la fois autant de facteurs que de preuves de cette évolution du modèle économique. Aujourd'hui, il apparaît de plus en plus évident dans une économie globalisée que le principal avantage compétitif, la principale matière première, c'est le capital immatériel. Il est donc indispensable pour la France de garantir le développement de cette connaissance.

¹ Proposition du Rapport Stoléru

1. Assurer l'accès à Internet à tous

Objectif : Réduction de la fracture numérique.

Proposition : Maillage complet du territoire et garantie d'un droit opposable à l'accès Internet.

1. Intégrer l'accès Internet dans le service universel et mettre en place le droit opposable à l'accès haut débit

Faire contribuer les fournisseurs à un fonds pour le service universel de l'Internet qui financera l'équipement des zones non fournies.

Actuellement, un projet de loi au Sénat américain sur l'extension du service universel au haut débit prévoit un mécanisme pour y parvenir: les fournisseurs contribuent à un fonds pour le service universel, qui finance l'équipement des zones non fournies. Il est possible de transposer ce mécanisme à la France, ce qui permettrait à l'ensemble du territoire d'être couvert par le réseau Internet.

Par ailleurs, la mise en place d'un droit opposable à l'accès Internet, sur le même schéma que le droit opposable au logement, permettrait à chacun d'exiger de l'État la garantie d'un accès Internet, et forcerait ainsi l'État à le mettre en œuvre.

2. Libérer la gestion des fréquences de télécommunications

La réduction de la fracture numérique passe aussi par le développement de technologies alternatives, peu coûteuses et faciles d'accès pour l'utilisateur final. Or, la gestion actuelle des fréquences de télécommunications en France freine le déploiement de certaines technologies, tel que le WIMAX dont le plan de déploiement s'appuie sur la fréquence 3,5GHz, une fréquence trop élevée pour répondre aux contraintes de pénétration indoor.

Pour mieux tirer profit de cette technologie prometteuse et éviter que les équipementiers français ne développent des produits qui ne pourront trouver de débouchés sur les marchés internationaux, il faut libérer certaines fréquences plus performantes techniquement et financièrement.

3. Promouvoir les programmes d'espaces publics numériques (EPN)

Ces programmes permettent à tous de recevoir des formations aux TIC et bénéficier ainsi d'un savoir aujourd'hui basique. Ils doivent être augmentés en quantité et en qualité.

2. Faire correspondre les compétences aux besoins des entreprises, par l'amélioration de la formation

Objectif : Adaptation des formations et des étudiants aux besoins des entreprises.

Proposition : Augmentation des liens entre entreprises et formations dans le domaine des TIC.

1 - Faire approuver les cursus de formation par des professionnels.

Les professionnels doivent être inclus dans les choix des enseignements, ainsi que dans les jurys d'évaluation.

2 - Inciter les enseignants chercheurs à intégrer l'entreprise pendant certaines périodes.

Cela leur permettrait de se rendre compte des exigences des entreprises, et ils pourraient ainsi adapter leurs formations.

3 - Créer les conditions permettant la conclusion de nouveaux partenariats (apprentissage).

Il faut permettre aux entreprises et aux universités de créer plus facilement des partenariats pour accueillir des étudiants au sein des entreprises.

4 - Mettre en place des mécanismes de détection des besoins des entreprises en termes de TIC.

Les étudiants devraient être les premiers informés des besoins en matière de TIC, car peuvent ainsi orienter leurs recherches et leurs efforts.

5 - Faire reconnaître les formations au sein de l'entreprise (validation d'acquis d'expérience) par les organismes professionnels.

Mieux que l'État, ce sont les organismes professionnels qui connaissent la valeur d'une formation, c'est donc à eux de reconnaître la validation d'acquis d'expérience.

3. Accentuer le développement des aptitudes tout au long de la formation

Objectif : Rendre les étudiants aptes à travailler dans une entreprise.

Proposition : Améliorer la qualité des enseignements dédiés à l'acquisition d'aptitudes.

1. Inclure dans les cursus de formation les aptitudes qui permettent l'efficacité au sein d'une entreprise

Plutôt que le savoir, les formations continues doivent intégrer dans leur cursus l'enseignement des aptitudes : travail en équipe, maîtrise parfaite des outils bureautiques, présentation à l'oral, etc.

L'intégration du PCIE (Passeport de Compétence Informatique Européen) dans les cursus de formation continue permettrait ainsi aux étudiants d'acquérir une bonne maîtrise des outils bureautiques, critère d'embauche devenu principal chez les recruteurs.

2. Assurer une formation poussée en management au sein des études d'ingénieurs et des cursus qui mènent à la recherche, afin de favoriser l'entrepreneuriat.

Cela inclut la participation de représentants du monde de l'entreprise à diverses décisions de l'enseignement (élaboration des cursus pédagogiques, jurys d'admission et d'évaluation). Il faut aussi favoriser les mécanismes d'aide à l'entrepreneuriat dans l'enseignement : concours de création d'entreprise, accompagnement, réseau d'investisseurs providentiels, etc.

Libérer la Croissance Française par l'Usage des Technologies de l'Information et de la Communication

Les propositions du CIGREF

Commentaire des propositions

I ■ Libérer le marché des TIC

La mondialisation intrinsèque des TIC et le passage à l'économie numérique, modifient de fait les relations de l'Etat et des entreprises. La participation aux règles globales des TIC implique le désengagement de l'Etat du fonctionnement des entreprises. L'Etat doit, au lieu de créer des freins à la création et au fonctionnement d'un système global, faciliter l'entrée des entreprises dans le marché des TIC.

1 - Supprimer les freins mis à la création et à la gestion des entreprises dans le marché des TIC

Aujourd'hui, le Conseil d'orientation pour l'emploi (COE) évalue à 2 550 le nombre de dispositifs d'aides aux entreprises, pour un budget de l'ordre de 1,8 à 3,5 % du PIB. Dans un contexte où les pouvoirs publics doivent effectuer des arbitrages budgétaires de plus en plus difficiles, on attend des différents acteurs qu'ils démontrent l'efficacité de leur soutien. Or comme l'indique le Conseil d'orientation pour l'emploi, il n'existe aucun recensement exhaustif des aides publiques aux entreprises, et quasiment aucune évaluation de leur efficacité. La majeure partie des aides aux entreprises correspond aux 19 milliards d'euros qui leur sont accordés sous forme d'allègement de charges sociales sur les bas salaires.

Pour ce qui est des autres aides (aides au développement, aides à l'export...), les PME sont assez unanimes pour confirmer que le système est trop compliqué, les interlocuteurs multiples, les procédures d'obtention trop complexes.

Il existe en France de nombreux acteurs dont le rôle est d'accompagner le développement des entreprises, mais la multitude des guichets, l'abondance de l'offre, la multiplication des strates au niveau des territoires rendent paradoxalement ces structures moins accessibles. Non seulement elles sont multiples mais elles se font mutuellement concurrence. Sur le terrain, les CCI, les agences de développement, les conseils régionaux, la DRIRE, les chambres des métiers, sans parler d'un nombre considérable d'associations et de structures privées, offrent tous leurs services aux entreprises. Ainsi, les PME sont incapables de voir clair dans la complexité du système d'accompagnement et renoncent bien souvent à obtenir le moindre soutien. Ce problème n'est pas spécifiquement français et certains de nos voisins ont d'ores et déjà transformé leur système.

Commentaire des propositions

En Finlande, les centres pour l'emploi et le développement économique ont fusionné les services de soutien aux entreprises de trois ministères, réduisant le nombre d'agences de 77 à 15 unités régionales.

Au Royaume-Uni, en partant d'une situation assez proche de celle que nous connaissons en France, le ministère du Commerce et de l'Industrie (Department of Trade and Industry) a mis en place les « Business links », guichets uniques financés par des fonds publics et gérés, selon un cahier des charges très spécifique, par des organismes privés, le tout offrant aux entreprises un label de qualité. Chaque « Business link » constitue un partenariat entre les centres de formation, les chambres de commerce, les chambres des métiers, les autorités locales, et d'autres entités comme les universités. L'objectif est non seulement de rationaliser et de coordonner les structures de soutien aux entreprises existantes, mais aussi de mettre en œuvre, de manière intégrée, une stratégie de valorisation des PME.

Quant à la Small Business Administration américaine, qui fête ses cinquante ans cette année, elle représente les intérêts des PME auprès des grandes institutions du pays et a mis en place des dispositifs complets de soutien aux entreprises : financement, conseil, formation, contrats publics, contrats de recherche pour le compte des grandes agences américaines...

➔ **Notre proposition est donc la mise en place d'un réseau national d'accompagnement et de conseil des PME sous une marque unique.**

Ces réseaux auront pour principal objectif de participer au développement administratif des entreprises. Ils devront être une aide au dirigeant pour toutes les questions ayant rapport avec les relations entre l'entreprise et l'État. Ces centres d'assistance seront dirigés par les régions afin de prendre en compte leur situation particulière. Ils seront organiquement liés à un institut de formation afin de favoriser les échanges entre le monde académique et le monde de l'entreprise.

Les intérêts sont multiples. Premièrement, un tel réseau permet aux chefs d'entreprises innovantes d'être en contact avec un seul interlocuteur qui les soutient dans toute leur activité. Cela facilitera le travail du gérant dont la gestion d'entreprise n'est souvent pas la spécialité, mais cela permettra aussi un gain de temps et donc de productivité pour les nouveaux entrepreneurs et sera aussi un catalyseur pour les entrepreneurs en devenir. En effet, en France, la difficulté de la gestion d'entreprise est un frein à la création et à l'innovation. Rappelons que c'est notamment grâce à la Small Business Administration que Google, Dell ou Compaq ont pu se développer en partant de rien. En France dans le même temps, aucune entreprise créée *ex nihilo* depuis 1960 ne figure au CAC 40 ! Ensuite, ce réseau doit être mis en place région par région. Ce sont les régions elle-même qui connaissent le mieux les aides disponibles ainsi que les obligations des entreprises. Les autres avantages sont l'accélération du traitement des dossiers qui contribue toujours à l'amélioration de la productivité française ainsi que la création d'emploi dans les régions concernées. Finalement, comme l'entreprise doit avoir une place importante dans l'Éducation nationale, puisque que c'est elle qui va accompagner la formation de l'étudiant tout au long de sa carrière, les réseaux d'accompagnement ainsi créés devront être un contact étroit entre le monde académique et le monde de l'entreprise. L'intérêt de ceci est la participation active de l'étudiant dans le développement de l'entreprise qui donne ainsi très tôt le goût d'entreprendre et d'innover.

2 - Privilégier la médiation dans la résolution des conflits

La rentabilité est incontestablement la première valeur pour toute entreprise qui désire prospérer. En affaires, quel que soit le domaine d'activité, toutes sortes de situations peuvent être à l'origine de conflits, surtout lorsqu'elles ne sont pas traitées assez rapidement. Ces situations peuvent concerner les rapports entre des personnes ou entre des entreprises, qu'il s'agisse d'associés, d'employés, de partenaires d'affaires ou même de clients de l'entreprise.

Dans un contexte où le désir de maintenir de bonnes relations interentreprises est élevé, la première chose à faire lorsque survient un conflit est d'entamer des négociations avec l'autre partie afin de le résoudre. C'est malheureusement plus facile à dire qu'à faire. Bon nombre de conflits prennent alors des proportions inappropriées parce que les individus ont des difficultés à négocier efficacement. À partir du moment où les gens n'arrivent pas à s'entendre, le bris de communication les amène à penser qu'il ne reste que la voie légale pour faire valoir leurs droits.

Or, le recours aux tribunaux représente à l'heure actuelle une dépense importante de temps et d'argent. Ainsi en 2005, la durée moyenne de traitement des tribunaux d'instance de 5 mois, celle des tribunaux de grande instance était d'environ 7 mois, celle des cours d'appel, de 14 mois et celle de la Cour de Cassation, de 20 mois. Il faut assortir à chaque procédure des honoraires d'avocat que l'on devine conséquents.

Devant cette dépense majeure d'énergie et d'argent, il convient de s'intéresser à d'autres modes de règlements des conflits. La médiation est ainsi un processus par lequel les participants, avec l'aide d'une ou plusieurs personnes neutres, isolent systématiquement les points essentiels du conflit pour développer des options, considérer les alternatives et arriver à un accord consensuel qui répond à leurs besoins.

Les engagements de confidentialité implicites en médiation et en arbitrage sont garants de la confidentialité non seulement de la démarche, mais de la solution retenue, sauf si une des parties demande l'homologation de la décision. L'homologation d'une entente ou d'une sentence arbitrale consiste à la faire avaliser par un tribunal, de sorte que son exécution puisse être forcée. Par contre, un procès est de nature publique du début à la fin et peu d'entreprises sont à l'aise avec le fait d'avoir à divulguer publiquement des informations confidentielles qui pourraient les désavantager face à leurs concurrents.

L'objectif de rentabilité impose aux entreprises de régler les conflits au meilleur coût possible. Des trois méthodes, le procès est généralement la plus dispendieuse, en raison des délais inhérents aux nombreuses procédures. La médiation est la méthode la plus souple en termes de procédures et elle peut se révéler plus économique qu'un procès, surtout si le montant en litige est relativement peu élevé. Puisque « le temps c'est de l'argent », les coûts sont proportionnels au temps requis par la méthode choisie. Nonobstant le fait que chaque dossier est unique, on peut dire que les délais requis pour obtenir un jugement (procès) se comptent en termes d'années, alors que pour parvenir à une entente de médiation, on parle de semaines (tout au plus quelques mois).

La médiation offre donc un avantage concurrentiel sur les deux autres méthodes :

- Simplicité
- Rapidité
- Confidentialité
- Économique

Quatre valeurs taillées sur mesure pour les entreprises.

Plusieurs initiatives visant au développement de la médiation dans les conflits commerciaux en France sont à signaler. Le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris a ainsi été créé en 1995 et placé sous l'autorité de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. En novembre 2005, la Charte de la médiation interentreprises a donné une dimension exemplaire à cet engagement avec l'aide de nombreuses entreprises qui ont répondu à cet appel.

Malheureusement, il est difficile pour tous les entrepreneurs d'avoir recours à une institution basée dans la capitale. Peut-on ainsi conseiller à un entrepreneur de la région marseillaise que nous avons interrogé de venir à Paris à chaque fois qu'il veut obtenir une prestation de médiation ?

➔ **Nous proposons ainsi la création et la promotion d'un centre de médiation et d'arbitrage par région, afin de permettre aux entreprises de résoudre ces litiges rapidement et pour un coût abordable.**

L'intérêt principal est de permettre une nouvelle fois aux entreprises de se concentrer sur leur activité et de résoudre rapidement les conflits qu'elles connaissent, car le rôle d'une entreprise est de gagner des clients et non de gagner des procès, comme le souligne Thierry Breton.

La médiation permet également de trouver une solution qui tient compte non seulement des droits et des obligations des parties, mais aussi de leurs intérêts commerciaux à moyen et à long terme, c'est-à-dire au maintien de rapports de confiance entre partenaires, ce qui est particulièrement important dans un contexte où trouver un partenaire fiable est devenu de plus en plus difficile.

3 - Adapter le droit du travail au marché de l'emploi

Aujourd'hui, le droit du travail n'est plus adapté au marché. Selon des statistiques publiées par l'APEC, les SSII ont recruté 21% de jeunes diplômés en 2005, principalement des jeunes ingénieurs, et ceci s'accroît d'année en année. Paradoxalement, la loi sur le délit de marchandage place ces emplois de prestataire sur une ligne très fine entre légalité et illégalité. En effet, les articles 125-1 et 125-3 sur le délit de marchandage et le prêt de main d'œuvre illicite limite le fonctionnement des entreprises en mettant un risque légal à tout emploi de prestataire de service.

Depuis quelques années, principalement grâce aux SSII, le chômage des cadres est nul, et depuis peu, le marché de l'emploi a changé car la demande en termes de cadre et de prestataire est devenue supérieure à l'offre.

Ceci montre bien que la prestation de service et un système qui fonctionne bien et surtout qui est cohérent avec la législation actuelle et le marché ultra-concurrentiel des technologies de l'information.

Les contrats de prestation de services placent l'employé dans un cadre très concurrentiel, car en compétition avec d'autres SSII et sans obligation d'employabilité, mais aussi dans un environnement très formateur propice à la création de valeur et à l'innovation. La prestation de service est un juste milieu entre la non-sécurité de l'emploi américaine (2 semaines de préavis pour licenciement, pas de chômage), et l'ultra-protectionnisme de l'employé en France qui est un frein à l'innovation.

Les règles économiques et commerciales du 21^e siècle, qui sont des règles où la concurrence est pure, et surtout mondiale, obligent la France à adopter les mêmes règles du jeu mondiales. Il faut par conséquent adapter les conditions de travail françaises à un environnement mondial, car l'approvisionnement des biens et des services, aujourd'hui et depuis le début des années 1980, n'a plus de frontières.

➔ **Notre proposition est l'abolition de la loi sur le délit de marchandage.**

Elle constitue un frein à l'employabilité des jeunes diplômés français. Elle constitue un fardeau pour les entreprises qui veulent concurrencer les plus grandes entreprises internationales qui ont souvent moins d'obligations en termes de recrutement. Et enfin, elle représente l'archaïsme des lois sur le droit du travail français qui doit s'adapter au marché concurrentiel international.

L'intérêt de cette proposition est simple. Il faut retirer l'épée de Damoclès de la tête des employeurs des grandes entreprises pour améliorer leur productivité. Les contrats de prestations de service se sont imposés comme un moyen facilitant la recherche d'emploi qui convient à une forte majorité des cadres, particulièrement dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Un second intérêt est le renforcement de la compétitivité des services proposés par bien des entreprises françaises. La France se doit de s'adapter aux nouvelles règles du jeu du commerce international. L'abolition de la loi sur le délit de marchandage est un très bon compromis entre la sûreté de l'emploi française et les obligations concurrentielles mondiales.

II ■ Promouvoir l'Innovation en France

La France innove. Mieux, elle entreprend pour développer l'innovation. Les petites et moyennes entreprises constituent un immense vivier de création dans notre pays. Malheureusement, dans les conditions actuelles, développer une entreprise de haute technologie en France est devenu on ne peut plus difficile, compte tenu de l'impossibilité pour ces PME innovantes de gagner facilement et rapidement de nouveaux clients, de nouveaux marchés. Leur valeur ajoutée est réelle, leurs idées sont novatrices et leurs dirigeants sont expérimentés. Outre leur apport pour le marché, elles sont tout aussi capables de créer des relations durables avec les grandes entreprises pour aider celles-ci à diversifier leurs risques et renforcer leur expertise. Pourtant, bien souvent, elles ne parviennent pas à gagner la confiance

des investisseurs ou de leurs clients « naturels » sur le marché français et sont contraintes de s'exiler sous d'autres cieux, où leurs partenaires locaux auront l'audace de croire en leurs idées. C'est une réalité et nous aurions tort de le nier.

La France ne fait que trop peu confiance à ses entreprises. Or, la relance de la croissance nationale passe également par la possibilité pour les PME innovantes de gagner des contrats. Pour les aider dans cette démarche, il revient à la puissance publique d'optimiser leur développement en abaissant les obstacles retardant l'essor de leurs activités. Nous proposons ainsi :

- l'établissement d'un indice d'évaluation des entreprises innovantes ;
- le renforcement de l'accès des PME aux marchés publics ;
- la création d'incitations au financement d'entreprises par les fonds privés de capital-risque ;
- la transformation des concours récompensant l'innovation.

1 - Établir un indice d'évaluation des entreprises innovantes

Il est aujourd'hui difficile pour les grandes entreprises de repérer de nouveaux partenaires ou de nouveaux fournisseurs et ainsi de diversifier facilement et efficacement ses risques. Les informations relatives à une société sont certes accessibles par le Registre du commerce, mais leur analyse représente un temps et un coût conséquents, surtout lorsqu'il s'agit de comparer plusieurs fournisseurs proposant des produits de même type. Elles peuvent parfois nécessiter l'expertise d'un juriste, ce qui n'est pas sans prix. Or, la preuve de la solidité d'un fournisseur ou d'un partenaire potentiel parvient souvent à convaincre l'entreprise d'entrer en relation avec lui et d'entamer une relation commerciale.

Il existe aujourd'hui une première solution proposée par l'agence Coface Rating permettant d'évaluer rapidement la stabilité d'une entreprise, appelée @rating. Coface procède à une évaluation approfondie de l'entreprise par le biais d'un examen des ratios financiers et du bilan de l'entreprise, ainsi par d'entretiens avec les services administratifs et financiers de l'entreprise. A l'issue de son enquête, Coface délivre une note exprimée en @, @@, @@@, @@@@ fonction de la surface financière de l'entreprise analysée.

Cette notation ne prend en compte que les aspects financiers de l'entreprise. Or, les PME innovantes investissent massivement pour se développer et n'affichent pas toujours, dans les premiers temps de leur activité, une santé financière optimale. Elles prennent donc le risque d'être mal notée si elles utilisent cette notation. Il serait plus judicieux de disposer d'un indice de notation qui prenne en compte davantage de données. De cette manière, l'entreprise innovante serait certes jugée sur la qualité de ses dirigeants à développer leur structure, mais également sur la place qu'elle accorde à l'innovation dans son activité et sur l'intérêt que représentent ses projets pour le marché et les entreprises.

- ➔ **C'est la raison pour laquelle nous proposons la création d'un outil de notation des PME innovantes basées sur trois domaines principaux : la qualité de la gestion interne, l'importance de l'investissement en recherche et développement de l'entreprise, ainsi que le potentiel commercial de ses activités.**

La note attribuée à l'entreprise serait réévaluée chaque année, en fonction de l'activité de celle-ci. L'entreprise innovante serait tenue de l'indiquer sur l'ensemble de ses communications commerciales (courriers, brochures, site Web). De cette manière, tout partenaire aurait enfin la possibilité de consulter facilement et rapidement la note attribuée, accentuant ainsi la confiance qu'il porte dans la PME.

Cette notation permettrait à la PME innovante d'affirmer son souci de transparence et de communication vis-à-vis de tiers en France et dans le monde entier. Elle dispose également d'un intérêt majeur pour les clients et partenaires de l'entreprise, dont les grandes entreprises : la possibilité d'obtenir une garantie à 100% de sa fiabilité et de son potentiel. De cette manière, la grande entreprise serait susceptible de diversifier les relations qu'elle entretient avec ses partenaires commerciaux et pourrait réduire ses risques en toute connaissance de cause.

2 - Renforcer l'accès des PME innovantes aux marchés publics

La commande publique représente en France un marché d'environ 130 milliards d'euros par an, soit environ 10% du PIB. Elle constitue donc un marché important pour les grandes entreprises comme pour les PME innovantes. Si la présence des PME est forte dans les marchés publics traditionnels comme les travaux (32%), elle n'atteint en revanche que 11% dans les marchés liés aux services.

La réforme du code des marchés publics de 1997 a introduit davantage de concurrence dans les marchés publics. Auparavant, le code prévoyait que quatre critères de choix soient pris en considération dans le choix de l'entreprise retenue : prix, coût d'utilisation, valeur technique et délai d'exécution qui pouvaient être complétés de critères additionnels.

Le nouveau code devait permettre à l'acheteur public d'effectuer le meilleur choix possible sur la base de critères définis. Il pouvait choisir librement ses critères au sein d'une liste exhaustive, fixée par décret en Conseil d'État. Il s'agissait donc de parvenir à une logique de « meilleur achat », loin du dilemme « moins-disant » / « mieux-disant ». La liste des critères étudiés pour retenir le meilleur achat s'avérait particulièrement longue, mais devait permettre de garantir la plus grande efficacité. Elle retenait ainsi :

- le coût d'acquisition,
- le coût d'utilisation,
- le coût de désaffectation ou de retrait pour les équipements dont le cycle de vie l'exige,
- la capacité à permettre des économies de fonctionnement,
- la valeur technique,
- la qualité architecturale,
- l'intégration dans le site ou dans les systèmes existants,
- l'ergonomie,
- la sécurité d'approvisionnement,
- le délai de livraison ou de réalisation,
- les garanties assurant la qualité dans l'exécution des prestations,
- les modalités de la sous-traitance,
- les conditions du service après vente,
- les conditions de la maintenance,
- la disponibilité d'intervention.

Commentaire des propositions

D'autres mesures devaient attirer les PME vers marchés publics, comme la meilleure rédaction des cahiers des charges, l'allègement du formalisme et le raccourcissement des délais de paiement.

En pratique, force est de constater que les réformes n'ont pas permis aux PME innovantes de lutter à armes égales avec leurs concurrents sur les marchés publics. En l'absence d'une réglementation obligeant l'Etat à traiter avec les PME sur certains de ces marchés, les entreprises publiques ne laissent que peu de place aux entreprises innovantes, priées de faire leurs preuves avant que leur chance leur soit donnée. La confiance des entreprises publiques s'oriente donc vers les grands groupes, même si la qualité de la prestation n'est pas garantie.

Aux Etats-Unis, le Small Business Act réserve depuis 1953 entre 23 % et 40 % de l'achat public américain aux PME nationales, ce qui encourage l'innovation locale tout en permettant aux petits acteurs de concurrencer les grandes entreprises pour atteindre elles aussi des tailles internationales. Rien de semblable en France.

Ces PME apportent pourtant une réelle valeur ajoutée qu'elles souhaitent mettre au service de l'Etat. Malheureusement, la crainte de la survenance d'un problème avec un fournisseur inconnu freine encore l'essor des PME dans les marchés publics. Malgré des prestations équivalentes voire meilleures que les fournisseurs habituels, les directions des différentes divisions de l'Administration ne prennent pas le risque de faire confiance aux PME. Devant cette situation, les entrepreneurs français innovants tentent de développer leur activité en concourant sur des marchés étrangers, rencontrant souvent hors de nos frontières le succès qu'ils n'ont pas obtenu en France.

Faute de confiance et d'audace, l'Etat rejette ses propres entreprises. Il se prive de services et d'innovations à sa portée et qu'il pourrait utiliser pour renforcer son efficience. Les fournisseurs traditionnels de l'Etat disposent certes d'une puissance qui rassure. Mais si l'expérience des entrepreneurs innovants français n'est certes pas identique, ceux-ci savent compenser par leur implication, leur proximité et leur souci du détail. Leur réputation, leur crédibilité en dépend.

Il est temps de donner davantage de place à nos entreprises sur nos marchés.

Les marchés publics représentent pour les PME innovantes la possibilité de se construire une réputation de crédibilité et de compétitivité. La stimulation de l'innovation engendrée par cette mesure doit conduire à l'émergence de PME motrices, qui peuvent par ailleurs créer des relations commerciales importantes avec les grandes entreprises et ainsi les aider à diversifier les risques auxquels elles peuvent être exposées.

Les deux entités se retrouvent ainsi gagnantes. La PME innovante accroît sa clientèle et donc son développement : elle participe en cela à la relance de la croissance française. Quant à la grande entreprise, elle bénéficie de la valeur ajoutée de la PME dans son activité quotidienne et gagne ainsi en expérience et en compétitivité.

➡ **Pour cela, le CIGREF soutient la proposition Stoléru de créer un Small Business Act à la Française.**

3 - Encourager les investisseurs à financer le démarrage des entreprises à fort potentiel

A l'heure actuelle, il est estimé que 29% des projets innovants ne trouvent pas leur financement en France. Nous pensons donc que le capital-risque pourrait être une bonne solution pour les entrepreneurs souhaitant concrétiser leurs projets.

Le marché européen du capital-risque est en sensible progression depuis une dizaine d'années. La France n'est pas en reste. Les investissements réalisés aux niveaux européen et français ainsi que les fonds levés ont atteint un niveau record en 2006. Les montants investis par les acteurs européens du secteur voisinent 71 milliards d'euros (contre 7 milliards il y a 10 ans), selon les chiffres publiés par l'EVCA en juin 2007 (European Private Equity & Venture capital Association). Pour les acteurs français, la croissance des investissements a été particulièrement forte en 2006 (+ 25,9 % à 10,16 milliards d'euros). Dans le même temps, les fonds levés ont progressé en 2006 de 56 % en Europe, à 112 milliards d'euros, et se sont maintenus à un niveau élevé en France, à 10,28 milliards, en léger retrait par rapport à 2005 (11,95 milliards).

Pourtant, les fonds levés en France semblent bien faibles par rapport aux Etats-Unis, où les capitaux-risqueurs ont investis pas moins de 25,5 milliards de dollars en 2006. De plus, la réalité du capital-risque français semble bien éloignée du modèle américain.

Elle demeure en effet encore trop proche de la finance traditionnelle et tendrait à se rapprocher de l'activité bancaire. L'investisseur préfère globalement le risque minimum à la plus-value maximum. Cette logique le conduit à se tenir à l'écart des projets innovants en général et à s'orienter vers des entreprises déjà développées, à l'activité stable, traditionnelle et pérenne que le monde de la finance assimilerait à des « vaches à lait ».

Pour preuve, seuls 5% des fonds français investis dans le capital-risque sont consacrés aux phases d'amorçage et de démarrage. Ils représentent plus du double aux Etats-Unis. Par ailleurs, en 2006, les entreprises effectuant un chiffre d'affaires de 200 millions d'euros ou plus représentaient 6 % du nombre des entreprises ciblées par le capital investissement en France et ont capté plus de 50 % du montant total des investissements effectués par les investisseurs en capital.

Le capital-risque français se rapproche également de la finance traditionnelle car l'investisseur est encore bien souvent un investisseur passif, un « *sleeping partner* » qui n'apporte que des capitaux et attend un rendement quoi qu'il arrive. Les investisseurs français sont encore loin de la logique « *hands on* » américaine, où l'investisseur prend part à la définition de la stratégie de l'entreprise et ne laisse pas le dirigeant composer seul. Cette aversion au risque et ce manque d'engagement sont regrettables car le besoin existe, surtout chez les entreprises en phase de démarrage qui, au-delà de l'apport en capital, n'attendent que des conseils dans l'élaboration de leur stratégie.

Il est nécessaire que soient mises en place des incitations plus fortes pour que se développent les fonds de « *seed money* » ou capital-amorçage, principalement destinés aux entreprises en phase de démarrage. Avec des fonds plus disponibles, bien des projets trouveraient ainsi leur financement et bien des entrepreneurs n'hésiteraient plus à commercialiser leurs projets.

Commentaire des propositions

Parmi les mécanismes de financement spécialisés sur les phases de démarrage des entreprises innovantes, on trouve **les Business Angels**. Ce sont des personnes physiques qui investissent leurs propres argents dans une entreprise innovante à fort potentiel et qui mettent à disposition de cette entreprise leurs compétences, leurs expériences et leurs réseaux relationnels et une partie de leurs temps.

Il n'y a actuellement en France que quelques milliers de business angels (estimé autour de 4000). Ce chiffre représente une proportion de 5 à 6 pour 100 000 habitants, contre environ 1000 pour 100 000 habitants aux Etats-Unis et au Royaume-Uni (soit 20 fois plus). Or, ces investisseurs sont extrêmement utiles aux jeunes entreprises à fort potentiel car ils leur apportent non seulement des capitaux, mais aussi, leur expérience professionnelle et de leur réseau (Source : France Angels).

Le succès de cette forme de financement est largement tributaire au développement des réseaux de business angels qui ont pour mission de mettre en relation les investisseurs avec les entrepreneurs à fort potentiels. Or, la mise en place d'un réseau de Business Angels en France reste une démarche complexe et très spécifique.

➔ **Pour tirer pleinement profit de ce mécanisme de financement, il est important d'encourager la création des réseaux de business angels en France et les appuyer dans leurs démarches d'accompagnement des investisseurs et des entrepreneurs.**

4 - Revoir les modalités des concours récompensant l'innovation

Le concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes, est censé être un élément moteur de la politique d'innovation en France. Il est aujourd'hui doté d'environ 30 millions d'euros, et récompense près de 150 innovations chaque année, soit 200 000 euros par projet en moyenne.

Aux Etats-Unis, les concours technologiques (Small Business Innovation Research, ou SBIR et Small Business Technology Transfer Program, ou STTR) sont organisés par les agences et départements ministériels et financés par un pourcentage réservé à cet effet sur les crédits externalisés de recherche et développement. Chaque département ministériel choisit lui-même les thèmes et les lauréats puisque les fonds proviennent de son budget.

En 2007, le département à la Défense américain a ainsi consacré pas moins de 1,14 milliard de dollars à ses concours de recherche. Le principe est différent de celui de la France : trois fois dans l'année, les entrepreneurs concourent pour une première récompense de 70 000 à 100 000 dollars, attribuée selon le potentiel du projet. Cela permet aux lauréats de concrétiser leur projet dans un premier temps. Par la suite, ces mêmes lauréats concourent pour une seconde gratification, d'un montant allant de 500 000 à 700 000 dollars, afin de les assister dans la commercialisation de leur prototype. Les participants sont jugés sur la base de l'innovation scientifique, technique et du potentiel commercial de leur projet. Après avoir obtenues de telles récompenses, ils sont censés pouvoir trouver des partenaires privés pour poursuivre leur développement.

Ce concours est un succès. Les ventes et les investissements de l'immense majorité des entreprises primées dépassent aujourd'hui le million de dollars.

La différence de dotation entre la France et les Etats-Unis s'explique par le fait que la recherche française ne dispose pas d'une tradition de financement massif par l'ensemble des ministères. Pour preuve, la récompense des projets innovants effectuée par le ministère français de la Défense s'est limitée à la Mission pour le développement de l'innovation participative, mise en place en 1988 et qui avait pour objectif initial de mettre en avant les projets innovants développés par les personnels militaires français. Aucun crédit n'a été consacré à l'organisation d'un concours primant l'innovation dans ce ministère sous la Cinquième République.

Les différents gouvernements ayant conduit la politique du pays n'ont accordé qu'une faible part du budget national à la récompense de l'innovation. Nous acceptons ce choix, sans le remettre en cause. Néanmoins, nous demeurons persuadés que le renforcement des dotations permettrait d'inciter davantage d'innovateurs à présenter leur projet et à prendre le risque de la commercialisation. Nous pensons que les entreprises peuvent constituer un atout essentiel pour parvenir à un tel renforcement. Celles-ci disposent en effet de moyens financiers et opérationnels adaptés et sont au contact quotidien de l'innovation et des besoins du marché. Leur implication pécuniaire et organisationnelle permettrait ainsi d'attirer davantage d'investisseurs dans les projets récompensés et de donner une crédibilité forte à ces concours. Les entreprises seraient logiquement rétribuées à la mesure de leur engagement.

Notre pays gagnerait enfin à s'inspirer des modalités de concours mises en place aux Etats-Unis. Par ce biais, la France pourrait ainsi suivre de manière plus efficace le rythme sans cesse croissant de l'innovation.

➔ **En conséquence, nous proposons la modification des modalités des concours récompensant l'innovation pour intéresser davantage les entreprises. Celles-ci auraient l'opportunité de financer ces concours par le biais du crédit impôt recherche et de choisir elles-mêmes les thèmes et les lauréats. Il convient enfin d'augmenter la fréquence des appels à projets pour suivre le rythme actuel de l'innovation.**

III ■ Accélérer l'entrée dans l'économie de la connaissance

L'économie aujourd'hui est de plus en plus fondée sur la connaissance. Le développement du secteur tertiaire, le progrès technique, la mondialisation (qui entraîne une importance moindre pour le travail physique dans les coûts), sont à la fois autant de facteurs que de preuves de cette évolution du modèle économique. Aujourd'hui, il apparaît de plus en plus évident dans une économie globalisée que le principal avantage compétitif, la principale matière première, c'est le capital immatériel. Il est donc indispensable pour la France de garantir le développement de cette connaissance.

1 - Assurer l'accès à Internet à tous

L'accès à Internet pour tous est un des grands défis de notre époque, comme l'accès à l'eau courante et au téléphone l'ont autrefois été. Le manque d'accès pèse sur le développement des TIC, puisqu'il restreint le marché des services associés d'une part, et car il entraîne un manque d'intérêt pour l'innovation technologique au sens large d'autre part.

Réduire la fracture numérique est devenu indispensable. De la même manière que l'électricité et le service postal sont un jour apparus comme étant des services universels, l'accès à Internet doit être accordé à chacun. Il faut donc parvenir à un maillage complet du territoire, et garantir un droit opposable à l'accès Internet.

➤ Pour cela nous proposons de :

- Intégrer l'accès Internet dans le service universel et mettre en place le droit opposable à l'accès haut débit
- Libérer la gestion des fréquences de télécommunications
- Promouvoir les programmes d'espaces publics numériques (EPN).

1. Intégrer l'accès Internet dans le service universel et mettre en place le droit opposable à l'accès haut débit

L'accès à Internet sur tout le territoire est devenu indispensable pour faire rentrer la France dans l'ère des TIC. En effet, il faut absolument endiguer « l'illettrisme numérique », qui pénalise l'activité économique en l'empêchant d'avancer plus vite.

Actuellement, un projet de loi au Sénat américain sur l'extension du service universel au haut débit prévoit un mécanisme pour y parvenir: les fournisseurs contribuent à un fonds pour le service universel, qui finance l'équipement des zones non fournies. Il est possible de transposer ce mécanisme à la France, ce qui permettrait à l'ensemble du territoire d'être couvert par le réseau Internet.

Le service universel se définit comme comprenant les services d'une qualité donnée auxquelles tous les utilisateurs doivent avoir accès à un prix abordable. Ce sont les institutions européennes qui définissent le champ du service universel. Pour le haut débit, la Commission européenne estime que ce n'est pas encore indispensable (18% de pénétration seulement au sein de la population européenne). L'État français peut devancer la Commission européenne et estimer dès aujourd'hui que l'accès à Internet étant indispensable, celui-ci est un service universel.

La mise en place d'un droit opposable à l'accès Internet, sur le même schéma que le droit opposable au logement, permettrait à chacun d'exiger de l'État la garantie d'un accès Internet, et forcerait ainsi l'État à le mettre en œuvre.

2. Libérer la gestion des fréquences de télécommunications

L'accès à Internet pour tous est un des grands défis de notre époque. Les carences françaises en matière d'accès pèsent sur le développement des technologies de l'information et de la communication, puisqu'elles restreignent le

marché des services associés et donc du développement économique. Elles entraînent un manque d'intérêt pour l'innovation technologique au sens large.

Réduire la fracture numérique est devenu indispensable. Cet objectif se traduit dans un plan de déploiement de la technologie WIMAX qui dispose d'atouts considérables pour relever le défi de l'Internet sans fil haut débit.

Ce plan de déploiement du WIMAX est basé sur l'utilisation de la fréquence 3,5GHz, qui est une fréquence trop élevée pour répondre aux contraintes de pénétration indoor, ce qui :

- limitera son impact (utilisation limitée dans les bureaux et domiciles)
- retardera les plans de déploiement des opérateurs,
- présentera des conséquences financières lourdes, tant pour les opérateurs que pour les utilisateurs,
- ne présente pas un spectre suffisant pour absorber la montée en charge.

Deux fréquences, actuellement utilisées par les militaires seraient plus performantes techniquement et financièrement, la fréquence 2,5GHz (théoriquement libérable en 2010), et la fréquence 0,7 GHz (libérable en 2012).

De nombreux pays étrangers orientent les déploiements de la technologie WIMAX sur les fréquences 2,5GHz, ce qui les rendra plus compétitifs.

Le choix français contraint nos équipementiers à développer des produits qui ne pourront trouver de débouchés sur les marchés internationaux. Cet exemple est applicable à de nombreux projets utilisateurs ayant une composante forte télécommunication (RFID, TMP...).

Notre recommandation est que les fréquences de télécommunication soient gérées dans un esprit d'homogénéité et d'ouverture avec l'international et sans obliger les acteurs français à passer par des phases intermédiaires coûteuses, qui ralentissent les déploiements et les contraignent à rester dans des marchés nationaux limités.

3. Promouvoir les programmes d'espaces publics numériques (EPN)

Il faut promouvoir les programmes d'espaces publics numériques (EPN), par lesquels tous pourront recevoir des formations aux TIC et bénéficier ainsi d'un savoir aujourd'hui basique. Ces EPN ne sont pas en nombre suffisant, et ne bénéficient pas de moyens à la hauteur de leur mission: à peine un animateur temps plein par espace.

Or l'accès des seniors aux TIC par exemple ouvre des opportunités considérables pour l'économie. Les services accessibles par Internet sont évidemment des avantages aussi pour les personnes à mobilité réduite en général. Or cette catégorie de personnes a aujourd'hui du mal à s'adapter en recevant une formation aux TIC. La promotion des EPN permettrait de convaincre l'ensemble de la population de se raccrocher au courant des TIC.

2 - Faire correspondre les compétences aux besoins des entreprises, par l'amélioration de la formation

Les entreprises et les universités souffrent d'un manque d'interactions considérable, ce qui pénalise à la fois les entreprises qui ne trouvent pas les compétences dont elles ont besoin, mais également les étudiants, qui peinent à s'intégrer dans les exigences des entreprises. Cela pèse inévitablement sur l'activité économique parce que les entreprises perdent du temps à former leurs recrues, alors qu'elles sont légitimement en droit d'attendre des formations qu'elles préparent effectivement leurs étudiants à être opérationnels.

➔ **Les liens entre entreprises et universités, et même cycles de formations cours (BTS, IUT...) doivent être renforcés, par le biais de plusieurs mesures :**

- **Faire approuver les cursus par des professionnels**
- **Inciter les professeurs à intégrer l'entreprise pendant certaines périodes**
- **Créer les conditions permettant la conclusion de nouveaux partenariats**
- **Mettre en place des mécanismes de détection des besoins des entreprises en termes de TIC**
- **Faire reconnaître les formations au sein de l'entreprise (validation d'acquis d'expérience) par les organismes professionnels**

1. Faire approuver les cursus par des professionnels

Les professionnels doivent être inclus dans les choix des enseignements, ainsi que dans les jurys d'évaluation. Les professionnels savent ce qu'attendent les entreprises à la sortie d'une formation. Personne mieux que l'entreprise ne connaît ses besoins. Dès lors, il apparaît évident que les entreprises doivent avoir un rôle à jouer dans la définition des programmes.

2. Inciter les enseignants-chercheurs à intégrer l'entreprise pendant certaines périodes

Cela permettrait aux enseignants-chercheurs de se rendre compte des exigences des entreprises, et ils pourraient ainsi adapter leurs formations. En effet, lorsque les enseignants sont coupés des réalités du monde de l'entreprise, il est difficile d'envisager que ceux-ci savent exactement ce qu'il conviendra d'enseigner à leurs étudiants. Ainsi, faire participer les professeurs à la vie de l'entreprise pendant certaines périodes, par exemple six mois tous les trois ans, permettrait d'adapter les formations en fonction des besoins.

3. Créer les conditions permettant la conclusion de nouveaux partenariats

Il faut permettre aux entreprises et aux universités de créer plus facilement des partenariats pour accueillir des étudiants au sein des entreprises. Or aujourd'hui, les barrières administratives sont encore trop nombreuses. Les démarches sont

donc freinées par tous ces obstacles. Cela est dommageable, puisqu'un étudiant apprend tout autant, voire plus, dans une entreprise qu'à l'université.

4. Mettre en place des mécanismes de détection des besoins des entreprises en termes de TIC

Aujourd'hui, les centres de formation sont encore trop déconnectés des besoins des entreprises en matière de TIC. Or les étudiants, notamment dans le secteur des TIC, sont un vivier en termes de recherche et développement. Les étudiants devraient être les premiers informés des besoins en matière de TIC, car ils peuvent ainsi orienter leurs recherches et leurs efforts. Ils pourraient ainsi permettre l'accélération de la croissance des entreprises et les rendre plus compétitives.

5. Faire reconnaître les formations au sein de l'entreprise (validation d'acquis d'expérience) par les organismes professionnels.

Les pouvoirs publics ne sont pas toujours enclins à accepter la validation d'acquis d'expérience. Cela empêche les salariés de voir reconnaître leur compétence, et ainsi de changer plus facilement de travail. De plus, les pouvoirs publics ne sont pas forcément les mieux placés pour apprécier la qualité des formations dispensées au sein de l'entreprise. Ainsi, l'Etat doit abandonner cette compétence au profit des organismes professionnels.

3 - Accentuer le développement des aptitudes tout au long de la formation

Parce que l'enseignement français privilégie encore le savoir sur les aptitudes, les étudiants ne sont pas suffisamment adaptés à l'entreprise. Pour obtenir des personnes aptes à accompagner les entreprises, il faut tout simplement enseigner ces aptitudes au sein des formations. Le temps perdu à former des jeunes diplômés est autant de temps perdu pour l'entreprise, cela se répercute donc sur sa performance. Par ailleurs, il est également indispensable d'enseigner des méthodes de management à des étudiants qui ne se destinent pas nécessairement à l'entrepreneuriat, mais qui pourtant en ont les capacités. Ces étudiants représentent un vivier d'idées innovantes, qui souvent ne sont pas mises à profit en raison du fait qu'ils ne sont pas encouragés à monter leur entreprise.

➤ Ainsi nous proposons de :

- Inclure dans les cursus des formations qui permettent l'efficacité au sein d'une entreprise.
- Assurer une formation poussée en management au sein des études d'ingénieurs et des cursus qui mènent à la recherche, afin de favoriser l'entrepreneuriat.

1. Inclure dans les cursus des formations qui permettent l'efficacité au sein d'une entreprise

Souvent, aujourd'hui, lorsqu'un étudiant arrive dans une entreprise, surtout s'il vient de l'université, celui-ci n'est pas immédiatement opérationnel. Il lui faut donc a priori apprendre le fonctionnement d'une entreprise, les relations de

travail, les outils informatiques et les méthodes de travail pas suffisamment pratiquées à l'université mais qui sont pourtant courantes dans l'entreprise.

Il est donc indispensable d'apprendre, et ce dès le plus jeune âge, à utiliser les outils informatiques, à travailler en équipe, à présenter ses idées à l'oral aussi bien qu'à l'écrit...

Ainsi, l'intégration, par exemple, du PCIE (Passeport de Compétences Informatiques Européen) dans les cursus de formation continue permettra d'une part, aux étudiants de mieux valoriser leurs compétences sur le marché du travail, et d'autre part, aux recruteurs, de gagner en productivité. La maîtrise des compétences techniques liées aux outils bureaucratiques est devenue, en effet, l'un des critères principaux d'embauche chez les recruteurs, selon une étude réalisée par l'Institut de sondage Ipsos.

Par ailleurs, l'expansion du modèle de la Junior Entreprise (JE) serait une mesure efficace. La JE est une entreprise ou une association étudiante qui propose des services aux entreprises mettant en œuvre le savoir-faire de l'école ou de l'université dans laquelle elle est implantée. Or, sur une centaine de JE, un très faible pourcentage concerne les universités (moins de 10%, alors que les étudiants en université sont trois fois plus nombreux que ceux des écoles). L'université doit donc encourager ce type d'initiatives pour favoriser l'adaptabilité de ses étudiants.

2. Assurer une formation poussée en management au sein des études d'ingénieurs et des cursus qui mènent à la recherche, afin de favoriser l'entrepreneuriat

Il apparaît que les études d'ingénieurs sont encore trop déconnectées de l'entreprise. En effet, les études d'ingénieurs ne poussent pas suffisamment les étudiants à entreprendre, une fois leurs études terminées. Cette donne peut être modifiée aisément. Il suffit de faire entrer le monde de l'entreprise dans les études d'ingénieurs. Cela passe notamment par la participation de représentants du monde de l'entreprise à diverses décisions de l'enseignement (élaboration des cursus pédagogiques, jurys d'admission et d'évaluation). Il faut aussi favoriser les mécanismes d'aide à l'entrepreneuriat dans l'enseignement : concours de création d'entreprise, accompagnement, réseau d'investisseurs providentiels, etc.