

LE POINT DE VUE DE
EMMANUEL LEPRINCE

Croissance des PME : pour en finir avec le plafond de verre

Nos grandes entreprises affichent une forme triomphante, avec des profits retentissants et des investissements en R&D supérieurs à ceux de leurs concurrents nord-américains. Nous pouvons dormir tranquilles, nos champions mondiaux veillent et gagnent des parts de marché sur tous les continents. Mais ces résultats sont trompeurs : croissance, emploi, exportation, innovation... tous les indicateurs sont dans le rouge. Comment cela explique-t-il ceci ? Nos leaders mondiaux sont tout simplement trop anciens et trop peu nombreux. Et l'actualité témoigne de leur lente disparition, rachetés ou fusionnés avec des concurrents étrangers.

Cause directe, l'incapacité des nouvelles entreprises françaises et européennes à se transformer en entreprises globales leaders dans leur domaine. Alors que le Boston Consulting Group a publié récemment une étude sur les 100 nouvelles entreprises indiennes, chinoises ou mexicaines qui vont bousculer l'économie, les PME françaises restent bloquées sous un plafond de verre. Cette situation n'est pas gênante pour les nouvelles entreprises destinées à servir un marché étroit ou local et dont la taille adulte est donc peu élevée, inférieure à ce plafond de verre. En revanche, elle a une signification autrement plus amère pour celles qui ont un plus fort potentiel de croissance, vouées à plafonner sous leur taille adulte et à s'étioler inexorable-

ment. Les 30 premières PME qui composaient le Comité Richelieu (1) en 1990 ont ainsi quasiment toutes disparu.

Alors, que faire ? L'approche actuelle consiste, à partir de ce constat, à tout miser sur les grandes entreprises existantes. C'est cette philosophie qui a amené à la création de l'Agence de l'innovation industrielle. Coûteuse erreur : ce n'est pas en subventionnant avec de la dette publique des grandes entreprises profitables et qui n'ont pratiquement plus rien de français que l'on fera émerger en France le futur Google. Les grandes entreprises ne sont pas structurées pour se lancer dans le « low cost » qui caractérise le démarrage des nouveaux marchés. A nouveaux marchés, nouvelles entreprises...

Il est nécessaire de revenir au fonctionnement de la loi du marché. Le libéralisme mal compris amène à diminuer le rôle de l'État pour mettre tous les joueurs dans le même sac afin que le meilleur gagne, celui qui sera choisi par un marché souverain. C'est un contresens : dans la vraie vie, rien ne sert d'être le meilleur si l'on n'est pas aussi le plus fort, c'est-à-dire le plus gros et le plus ancien. Il faut être capable d'être proche du marché, donc gros, et de lui donner confiance, donc être ancien. Prime donc aux positions acquises. Cette règle s'applique à tous, même à ceux qui ont une valeur ajoutée très forte pour le marché et qui pourraient devenir

des leaders dans leur domaine. La compétition renforce les inégalités et débouche sur une polarisation, une uniformisation dont le consommateur est le premier à pâtir.

Si l'on veut permettre la transformation de nouvelles entreprises européennes en leaders mondiaux, il faut aller vers une égalité réelle en construisant un cadre économique grâce auquel la compétition deviendra plus juste. Comme le disait Henri-Dominique Lacordaire, homme religieux et politique français du XIX^e siècle, « *entre le fort et le faible, c'est la liberté qui opprime et la loi qui affranchit* ». A l'angélisme du non-interventionnisme doit succéder un pragmatisme basé sur une compréhension du fonctionnement réel de la compétition.

Comment traduire cette doctrine dans les faits ? Tout d'abord identifier aussi bien que possible, en particulier sur la base des pôles de compétitivité, les quelques centaines de nouvelles entreprises détenant le potentiel de devenir leaders mondiaux dans leur domaine. Il s'agit ensuite de faire tomber les barrières qui font que le choix qui est fait par les clients, les investisseurs, les banquiers et les cadres clefs est celui d'entreprises plus grosses ou plus anciennes, celui de la sécurité et de l'habitude, et qui entretiennent un cercle vicieux par lequel personne n'a intérêt à faire le premier pas, même lorsque les PME apportent les meilleures solutions. Pour cela, il est nécessaire de relier l'ensemble des dispositifs publics destinés aux entreprises afin d'intensifier les aides directes destinées à celles qui auront été sélectionnées. Il faudrait, d'autre part, mettre en place des mécanismes

indirects permettant d'inciter l'ensemble des acteurs de leur environnement à faire le choix de ces entreprises. Alors qu'aujourd'hui de nombreux dispositifs cloisonnés encouragent les investisseurs, les banques, les grandes entreprises, les grandes écoles, les universités ou les centres de recherche à se tourner vers les jeunes entreprises innovantes, il serait autrement plus efficace de coordonner ces mécanismes en un faisceau concentré sur celles dont le fort potentiel aura été reconnu. Le bénéfice de ces incitations devrait être réservé aux organisations prêtes à s'engager à alléger et accélérer leurs procédures au profit de ces entreprises et à donner une visibilité sur le volume de leurs relations avec elles. Il n'est pas nécessaire que chaque PME bénéficie de ce dispositif plus que quelques années. Si la sélection a été efficace, elle devra s'être transformée en entreprise suffisamment forte pour jouer le jeu de la concurrence.

Plus de cinquante ans après le Small Business Act américain, il est temps que la France et l'Europe imaginent et mettent en place une politique pragmatique, prenant en compte notre histoire et notre culture, et basée sur un examen sans tabou de nos forces et faiblesses. Une politique débouchant sur une égalité réelle rendant possible l'intégration dans le tissu économique mondial des nouveaux entrants à fort potentiel, seule source crédible de croissance pour notre continent.

EMMANUEL LEPRINCE est
délégué général
du Comité Richelieu.

(1) Le Comité Richelieu est l'association française des PME de haute technologie.