

éditoriaux & opinions

Le crédit d'impôt recherche (CIR) est-il un dispositif efficace ?

Dans le cadre des Rencontres universités entreprises des 16 et 17 juin, une table ronde sera consacrée aux outils destinés à stimuler la recherche, et notamment la recherche partenariale. Le crédit d'impôt recherche, très largement renforcé l'an dernier, constitue un des piliers de la politique française en faveur de l'innovation. Le nouveau mode de calcul – 30 % de crédit d'impôt sur les dépenses pour tous contre 10 % des dépenses annuelles et 40 % de leur croissance dans l'ancien système – a dopé l'enveloppe budgétaire du CIR qui frôle désormais les 4 milliards d'euros contre environ 800 millions consacrés à l'Agence nationale de la recherche. Le poids grandissant du CIR fait dès lors débat sur la meilleure utilisation des deniers publics pour soutenir la R&D.

PROPOS RECUEILLIS PAR VALÉRIE SEGOND ET ÉRIC BENHAMOU



OUI Emmanuel Leprince

Député général du Comité Richelieu, association française des PME innovantes.

« Un dispositif à la fois simple et massif

La grande réforme de l'an dernier a rendu le dispositif à la fois simple et massif. Désormais, toute entreprise, petite ou grande, peut bénéficier d'un crédit d'impôt de l'ordre de 30 % des dépenses engagées dans la recherche. Il est donc devenu un élément clé, de référence même, du soutien public à la recherche dans notre pays. Un regret toutefois, celui d'un remboursement différé trois ans après le déclenchement du dispositif, ce qui peut poser de sérieux problèmes de trésorerie aux PME. Le gouvernement a donc décidé, dans le cadre du plan de relance, d'opérer en 2009 un remboursement immédiat, et nous souhaitons que cela soit pérennisé, du moins pour les PME. Il reste néanmoins deux sujets à traiter. Tout d'abord, celui des entreprises bénéficiaires. Depuis que le système a été déplafonné, les moyennes et grandes entreprises mobilisent une part croissante du budget, mais les petites entreprises bénéficient également de la forte augmentation de l'enveloppe budgétaire. Je ne crois pas qu'il faille opposer les petites et les grandes entreprises. Le vrai sujet, à mon sens, est d'inciter les grandes entreprises à faire appel aux PME. Il ne peut y avoir d'innovation sans marché et il est indispensable que les grandes entreprises deviennent des clients réguliers des PME ou qu'une partie des marchés publics soient orientés vers les PME, comme c'est le cas aux États-Unis. La question primordiale en France n'est pas le nombre de PME innovantes, mais bien leur capacité à grandir et à se développer. Le second sujet relève du type de dépenses couvert par le dispositif. Le CIR concerne avant tout la recherche « amont », pouvant déboucher sur de nouveaux brevets. C'est important mais pas suffisant. Si l'on veut transformer l'innovation en emplois, il ne faut pas négliger la recherche appliquée, comme le financement d'un prototype développé pour le besoin précis d'un client. Or la France accuse un certain retard dans ce domaine, notamment vis-à-vis de l'Allemagne, qu'il conviendrait de combler au plus vite. Et mettre l'accent sur la recherche appliquée ne se ferait pas obligatoirement au détriment de la recherche fondamentale car il existe d'autres dispositifs pour encourager les PME à travailler avec les universités. ■



NON Jean-François Bach

Professeur spécialiste du système immunitaire, secrétaire perpétuel de l'Académie des sciences.

« Il engage des fonds publics très importants sans être contrôlé.

Il ne s'agit pas de remettre en cause le principe même de l'aide publique à la recherche privée : le crédit d'impôt recherche est, dans son principe, une bonne chose, et il est absolument nécessaire pour que l'industrie française reste dans la course avec les grandes économies. C'est décisif pour que la France conserve son indépendance intellectuelle et économique. Seulement, la manière dont le crédit d'impôt recherche est utilisé le rend peu productif alors même qu'il engage des montants très importants de fonds publics : à savoir plus de 4 milliards d'euros pour 2008. D'abord, son nouveau mode de calcul favorise les grandes structures au détriment des PME, où se trouvent en général les jeunes pousses innovantes. Alors que dans l'ancien système, 50 % du montant du CIR allait aux PME de moins de 250 salariés, le nouveau système bénéficie à 80 % aux moyennes et grandes entreprises.

Or on peut se demander s'il est pertinent que le contribuable finance la recherche de grands groupes qui n'ont aucun problème de financement. Ensuite, alors que le financement de la recherche scientifique à l'université fait l'objet d'une évaluation constante, l'utilisation du crédit d'impôt recherche par les entreprises est, de son côté, fort peu évaluée, en tout cas pas avec le sérieux qui serait nécessaire à l'aune des enjeux financiers et industriels. Et nous ne savons pas si certains industriels utilisent toujours ce crédit pour financer leur recherche de base. La vérité est que, au nom de la protection et de la confidentialité de leurs travaux, les entreprises qui savent utiliser le CIR peuvent échapper aux contrôles. Quant à l'orientation des fonds publics vers certains secteurs définis de la recherche industrielle, c'est une politique que nous n'avons jamais su mener, même dans la recherche fondamentale ou académique. S'il y a eu des progrès certains avec la loi sur l'innovation de Claude Allègre, qui a favorisé la création d'entreprises dérivées de la recherche scientifique, cela n'est pas suffisant : comparé aux États-Unis, nous avons toujours très peu de PME innovantes. Il y a clairement un problème de cohérence dans la politique de la recherche en France menée par le ministère de la Recherche d'un côté, et le ministère de l'Industrie de l'autre. Sans doute faudrait-il une politique plus volontariste, dans laquelle le bénéfice du CIR serait associé à une collaboration plus étroite entre l'industrie et la recherche académique. ■

FORUM

L'ACTUALITÉ EN DÉBAT

ÉDITOS

Les quotidiens à nouveau bâillonnés

Et de cinq ! Ce samedi, pour la cinquième fois depuis le début de l'année, les syndicats mobilisent... contre la crise. Vous n'en aviez peut-être pas entendu parler mais ce samedi 13 juin est une nouvelle « journée d'action » organisée à l'initiative de nos huit grandes confédérations nationales. Comment ne pas adhérer à leur combat. Un combat contre la crise, c'est nécessairement un juste combat. Qui est pour ? Que les sondages indiquent un soutien massif des Français à leur lutte, cela ne peut surprendre. Cela étant, toujours d'après les mêmes enquêtes d'opinion, les Français n'attendent en réalité rien de cette journée. Ou si peu. Et ils ont raison. On ne voit pas ce que les quatre journées précédentes ont vraiment apporté. On ne perçoit pas en quoi elles ont favorisé la sortie de crise. On a du mal à comprendre en quoi les revendications, d'une originalité forte et d'un éclectisme total (la hausse du Smic, la suppression du bouclier fiscal, le maintien des emplois dans la fonction publique, etc.), y aideront. Les syndicats eux-mêmes sont d'ailleurs conscients des risques de démobilitation. La lassitude est telle, chez les Français, qu'ils sont bien décidés à ne pas participer à cette journée d'action. Ou si faiblement. Les syndicats se fixaient hier une ambition bien modeste – « faire au moins aussi bien que le 1^{er} mai » ! Le 1^{er} mai avait



PAR ERIK IZRAELEWICZ

été, on s'en rappelle, un quasi-échec. Bref, sentant que cette journée risquait de passer pratiquement inaperçue, les syndicats – le plus puissant d'entre eux en l'occurrence, la CGT – ont trouvé la parade : une nouvelle journée sans journaux. Il y aura des trains et des avions, il n'y aura pas de journaux dans les kiosques. À l'initiative du syndicat CGT du Livre, les quotidiens régionaux et nationaux ne paraissent pas aujourd'hui. Comme si la presse écrite avait besoin de cela. Avec la chute de la publicité et la montée des nouveaux médias, elle est déjà, partout dans le monde – on le voit avec les décisions que l'icône de la profession, le « New York Times », est conduite à prendre en ce moment – l'une des industries les plus frappées par la crise. Le choc y est plus violent même que dans la banque ou l'automobile. Grâce au Net, les journalistes des quotidiens peuvent aujourd'hui continuer à informer et à commenter, comme ici, cette actualité. À cause de quelques irresponsables, soutenus par leur confédération, il n'est pas certain qu'ils le pourront encore longtemps !

eizraelewicz@latribune.fr

LA TRIBUNE.fr RETROUVEZ chaque jour la chronique économique d'Erik Izraelewicz en vidéo sur la tribune.fr

L'État n'est pas une entreprise

Quand une entreprise voit ses recettes s'effondrer, elle doit, et elle peut, réduire ses coûts pour survivre. Aussi, nombre de chefs d'entreprise attendent-ils des responsables des affaires publiques qu'ils se comportent, à leur tour, en rigoureux gestionnaires. « Et vous, que faites-vous ? » lancent au ministre du Budget certains patrons qui s'alarment de l'inertie du paquebot public. Curieuse injonction de la part de ceux qui, hier, quémandaient l'aide secourable de l'État. Et qui aujourd'hui oublient la situation présente exceptionnelle, et surtout la nature singulière de la « Res publica ». Car si, partout dans le monde, la gestion publique tend à s'inspirer des méthodes du privé, l'État n'est pas une entreprise : il n'a pas d'actionnaires à rémunérer, il a des citoyens à servir. Il n'a pas de profit à générer, ni de parts de marché à gagner, il doit assurer un service impartial au meilleur coût pour la collectivité. Construit sur la défense de l'intérêt général, il doit se méfier des seuls intérêts particuliers. Avec la violence de la crise, nous avons même redécouvert sa nature profonde. Quand une entreprise peut fermer un pan



PAR VALÉRIE SEGOND

entier de son activité, l'État ne peut se retirer de ses fonctions régaliennes ni réglementaires. Et quand la récession met à la rue des centaines de milliers d'employés, l'État providence doit répondre présent. L'État, c'est ce qui reste quand tous les acteurs privés se sont dérobés. Tout cela, il le doit à un solide monopole : celui de lever l'impôt. C'est bien cet attribut particulier qui lui permet d'emprunter dans les meilleures conditions, en tirant des traites sur les générations futures, comme s'il avait l'éternité devant lui. Car, notent certains économistes, il est le seul acteur qui peut ne jamais rembourser ses dettes pour autant qu'il honore leur coupon. C'est ainsi qu'il a pu émettre massivement, au XIX^e siècle, des dettes perpétuelles. Et l'histoire a montré que, quand la note devient décidément trop lourde pour le contribuable, l'État a, lui, une porte de sortie : l'inflation. vsegond@latribune.fr

LA TRIBUNE

Édité par : La Tribune SAS
26, rue Oradour-sur-Glane, CS 91522,
75725 Paris Cedex 15
Standard : 01 44 82 16 16
Adresse Internet : <http://www.latribune.fr>
Président, directeur de la publication :
Alain Weill.
Directrice générale : Valérie Decamp.

Directeur des rédactions : Erik Izraelewicz.
Directeurs adjoints : Sophie Gherardi,
Pierre-Angel Gay.
Rédaction en chef : Odile Esposito (Industrie
et Services) ; Jean-Baptiste Jacquin (Tech-
nologues, Médias, Télécoms) ; François Lenglet
(Économie, Politique, International) ; Muriel
Motte (Marchés et Finance) ; Olivier Provost
(Latribune.fr) ; Philippe Mabilbe (Editorialiste) ;
Anne Debray (Édition).

Directeur artistique : Éric Béziat.
Directrice des nouveaux médias : Astrid Arbey
Publicité : La Tribune Régie
Directrice commerciale : Isabelle Peltier
Directeur publicité Pôle financier :
Ghislain Boyer
Directeur commercial International :
Jérôme Callu Merite
Directeur Marketing : Arnaud Jaouen

Impression : Paris Offset Print – 30, rue Raspail,
93230 La Courneuve ; Midi Print, Gallargues ;
Ouest Print, Bournezeau, Nancy Print.

Service abonnements
Numéro vert : 0 800 13 23 33 (appel gratuit)
Fax abonnements : 01 55 56 70 50
Abonnement 1 an (France métr.) : 459 € TTC

USA : USPS #017531.
Periodical Postage paid at Champlain N.Y.
and additional mailing offices.
For Details call IMS at 1 (800) 428 3003

Distribué par les NMPP, Commission paritaire :
0909/C85607 ISSN 0989-1922
Contacter le service Diffusion –
Abonnements & NMPP –
au N° vert : 0 800 47 10 07



IMPRIMÉ EN FRANCE
PRINTED IN FRANCE

Reproduction intégrale ou partielle interdite sans l'accord
de l'éditeur – Art. 122-4 du Code de la propriété intellectuelle.

LA TRIBUNE
est une publication de La Tribune Holding
Principal associé : News Participations
Président : Alain Weill
Directeurs généraux : Marc Laufer, Valérie Decamp