

La formation à la création d'entreprise

Nicolas Protassieff
ISEP Management
Responsable Création d'Entreprise à l'ISEP



Partout dans le monde, la volonté d'entreprendre avec succès dans des secteurs à forte croissance comme les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) est la condition nécessaire de la liberté économique future...

D'ailleurs chaque société de capital-risque qui examine un business plan d'une société en création cherche à protéger son avantage concurrentiel par un dépôt de brevet !

En France, malgré les discours officiels du ministère de la recherche encourageant la création d'entreprises innovantes, malgré les aides financières publiques accordées aux projets innovants, on constate que la mise en place de solutions de financement d'amorçage est encore fort modeste. Les financeurs préfèrent s'intéresser aux entreprises qui ont déjà fait leurs preuves et contribuer à leur développement plutôt que de prendre le risque maximum avec des jeunes pousses !

Peut-être n'ont-elles pas totalement tort d'agir ainsi car :

- ♦ Il manque souvent aux projets retenus un réel potentiel de croissance à moyen terme (seulement 4000 emplois créés en 8 ans par 800 projets aidés, soit 5 emplois par projet).
- ♦ Ce qui est fort peu par rapport au 26,1 millions d'emplois salariés français et aux 2,5 millions de chômeurs.

- ♦ La démarche Marketing de ces projets innovants est souvent embryonnaire.
- ♦ Enfin les créateurs ne disposent pas d'un service d'accompagnement managérial de longue durée performant.

Après avoir examiné quelques fausses pistes dans le domaine de la création d'entreprise innovante et du dépôt de brevet en France, nous présenterons les spécificités de la démarche de l'ISEP dans ce domaine.

Faible performance de la France en matière d'innovation technologique

Le ministre délégué à la recherche a ouvert la cérémonie de remise des prix du 8^{ème} concours d'entreprises innovantes par une phrase qui pour beaucoup semble aller de soi... « La France est une puissance économique de premier plan et une grande nation de recherche ».

Étant présent à cette cérémonie, je me suis souvenu d'une information importante à verser à ce dossier. En effet, selon *OECD in figures 2001* p 74, avons-nous le droit de penser ainsi alors que :

- ♦ 428 brevets par an pour 100 000 habitants sont déposés en France (89% par des étrangers et 11% seulement par des nationaux)
- ♦ 720 brevets par an et pour 100 000 habitants sont déposés en Allemagne (68% par des étrangers et

La formation à la création d'entreprise

- donc 32% par des nationaux)
- ◆ 676 brevets par an pour 100 000 habitants sont déposés en Grande Bretagne (85,6% par des étrangers et donc 14,4% par des nationaux)
- ◆ 828 brevets par an pour 100 000 habitants sont déposés aux USA (47,7 par des étrangers et donc 52,3% par des nationaux)
- ◆ 626 brevets par an pour 100 000 habitants sont déposés au Japon (17,7% par des étrangers et 82,3% par des nationaux)
- ◆ 1711 brevets par an pour 100 000 habitants sont déposés en Suisse (98% par des étrangers et seulement 2% par les Suisses)

Il semble bien que la performance de la France en matière d'innovation technologique protégée par brevet soit plutôt médiocre.

Non seulement le nombre de brevets déposés par an en France par 100 000 habitants est faible, voire insignifiant par rapport à celui de nombreux pays de l'OCDE, mais de plus la part de ces dépôts qui revient à la recherche publique et privée spécifiquement française est très inférieure à celle de trois de nos principaux concurrents (Allemagne, USA, Japon).

Sans engager un débat de fond sur les causes de cette faiblesse structurelle, on ne fera qu'évoquer ici quelques pistes de réflexion...

Comment expliquer que le nombre de brevets déposés en France par 100 000 habitants et par an soit si faible (428), sinon par le caractère traditionnel de très nombreuses activités industrielles françaises, et aussi par un enseignement scientifique très théorique et trop généraliste qui ne permet pas à un ingénieur moyen formé en France d'être à l'origine d'une innovation brevetable ?

À moins que les liens entre la recherche publique, la recherche privée, l'innovation et la protection de celle-ci par brevet soient aussi en France plus complexes et plus coûteux qu'ailleurs ?

On peut risquer une série d'hypothèses plausibles :

- 1) La recherche fondamentale publique française ne dispose pas de moyens suffisants pour retenir les personnes les plus créatives en France. C'est la traduction d'un jeu de mots connu : « Des chercheurs qui cherchent on en trouve, mais des chercheurs qui trouvent, on en cherche » !
- 2) La liaison entre l'État Français, l'Université et l'Entreprise se fait mal, malgré certaines idées utiles comme le concours national d'aide à la création

d'entreprises de technologies innovantes.

- 3) Les ingénieurs français, purs produits du système d'enseignement public français, sont trop généralistes, trop matheux et ne savent rien sur la création d'entreprise innovante à fort potentiel de croissance.
- 4) Donc les produits créés sont de moyenne technologie difficilement protégeables et leur marché potentiel mondial est étroit !
- 5) D'où probablement ce chiffre très préoccupant de 428 !

Ce que fait l'ISEP en matière de formation à la création d'entreprise

L'ISEP ne peut échapper à son environnement et travaille avec des élèves ingénieurs A2 issus de l'enseignement public français. Il est donc rarissime de voir un futur ingénieur ISEP capable de déposer un brevet alors qu'il n'est pas encore diplômé. Ceci conduit tous les créateurs potentiels à adopter dans leur projet de création d'entreprise des technologies existantes déjà bien rodées.

C'est donc dans des domaines, autres que la technologie, que le cursus de formation à la création d'entreprise ISEP présente quelques spécificités :

- ◆ Aucun business plan n'est réalisé sans le calcul d'une valorisation financière capable de motiver un investisseur en capital potentiel (plusieurs millions d'euros).
- ◆ Aucune cible client ne peut être définie a priori sans avoir identifié des segments au préalable.
- ◆ Un segment est défini par un ensemble précis de caractéristiques comportementales (âge, sexe, revenu, habitat) issues de l'analyse des questionnaires par un logiciel de data mining performant.
- ◆ Pour identifier ces caractéristiques, il est nécessaire de bâtir au moins un questionnaire et de le tester d'abord sur un petit échantillon de clients potentiels.
- ◆ Pour bâtir un bon questionnaire et comprendre les besoins des clients potentiels, il est nécessaire de réaliser au moins un focus group sur le projet et de voir plusieurs clients potentiels.
- ◆ Pour réaliser un bon focus group, il est nécessaire de faire une recherche approfondie sur Internet en français et en anglais de documents préexistants et de communiquer avec des experts reconnus du sujet.
- ◆ Pour trouver des informations fiables sur Internet, il

faut appliquer des méthodes de travail rigoureuses enseignées en A1.

- ◆ Enfin, pour réduire les risques dans le travail quotidien durant les deux premières années d'existence de la jeune entreprise, les créateurs doivent choisir un mentor ayant les caractéristiques suivantes (solution adoptée avec succès au Canada) :
 - ◆ Être un expert de leur domaine.
 - ◆ Posséder un bon réseau relationnel.
 - ◆ Avoir du temps disponible (souvent un jeune retraité) pour les aider sur plusieurs années.

Avec ces méthodes de travail, nous espérons que ceux (45 élèves en 2006) qui ont suivi cette formation éviteront à l'avenir de créer des micros entreprises confidentielles sans intérêt ni pour les investisseurs en capital ni pour eux-mêmes.

Nous espérons aussi qu'ils comprendront que le marketing est essentiel pour réussir et qu'il est sage de s'appuyer sur l'expertise d'anciens, compétents, réellement disponibles pendant plusieurs années.

Nicolas Protassieff

35 ans d'expérience industrielle et de formation managériale. HEC 1971, DEA Stratégie ESSEC Paris X 1998. Directeur Marketing SAV Caterpillar France, Directeur Marketing Ventes SAV Volvo France, Directeur Division Aftermarket Valéo Equipements Electriques Moteurs, Créateur de LFC Société de télémarketing industriel Paris, Chef de Département Formation Management et Responsable Création d'Entreprise à l'ISEP depuis 1996.