

Les entreprises gyanaises innovantes ou comment l'ultrapériphéricité peut devenir incitative à une internationalisation précoce : un cas d'application à travers l'entreprise Guyacom

Les auteurs :

Marie-Hélène Delage est professeur à l'Institut supérieur de gestion (Paris) et membre du GRIISG (Groupe de recherche interdisciplinaire de l'ISG). Elle est également Maître de conférences associée à l'Université de Haute Alsace auprès du département Management et professeur intervenant à l'Institut des métiers du Notariat de Paris.

Docteur en Droit fiscal, son champ de recherche est celui des problématiques fiscales des entreprises des départements d'outre-mer et plus généralement des régimes de fiscalité dérogatoire. Elle est l'auteur de différents articles sur le thème.

Elle exerce également une activité de conseil, études, formations professionnelles en fiscalité de l'outre-mer et d'accompagnement en création et développement des petites d'entreprises, à travers sa société Tangor Fiscalité.

Christine Chung est diplômée de Paris-Dauphine et de l'EHESS (École des Hautes Études en Sciences Sociales) en Économie du développement. Sa dernière expérience professionnelle à Paris au sein de l'Alliance Renault-Nissan en tant que chef de projet international lui donne l'opportunité de superviser la création de nouvelles filiales bancaires à la Direction du développement international.

Arrivée en Guyane en 2009, elle contribue au développement de l'entreprise Guyacom, dont elle détient une partie du capital.

Résumé

La littérature académique abondante et bien documentée sur le propos, caractérise l'innovation comme un des facteurs déterminant de l'internationalisation, cette dernière étant de plus en plus concomitante à la création de l'entreprise.

L'entreprise Guyacom, une TPE créée dans le secteur des télécommunications en Guyane française en fournit une illustration à travers son projet de développement avec les pays voisins que sont le Brésil et le Surinam, résultat d'une combinaison novatrice et fructueuse, des données économiques, techniques, sectorielles et géographiques de la zone.

Département français depuis 1946, la Guyane, au regard des spécificités qui la caractérisent, dispose au sein de l'ordre juridique communautaire du statut de région ultrapériphérique. Elle peut de ce fait, accéder à des dispositifs d'aides financières et fiscales conséquents et dérogatoires du droit commun, qui constituent de véritables et substantiels supports, pour les entreprises qui sauront les mettre à profit dans le cadre de leurs projets innovants à vocation internationale.

En effet, si le profil entrepreneurial tourné vers l'internationalisation de l'équipe dirigeante de Guyacom, avec des structures d'accompagnement performantes en appui, sont les pré-requis d'une internationalisation réussie, il n'en reste pas moins qu'un dispositif fiscal national incitatif ainsi que l'application d'une politique communautaire propre à constituer une aide

décisive dans la transformation de la situation de handicaps en un contexte bénéfique, conditionnent le succès de cette TPE guyanaise qui s'aventure à l'international.

Introduction

En substance, la définition du concept même d'innovation suscite peu de débat. Cependant, comme nous le présentons ci-après, différentes institutions référentes en matière d'innovation, ainsi que le législateur, vont adjoindre à cette définition des attributs précis afin de la qualifier d'une façon adaptée à leur référentiel, le plus souvent pour des raisons pratiques ; ainsi, le législateur doit être soucieux, à travers les conditions retenues, de permettre une application abordable et effective du dispositif fiscal.

Le cas d'étude que nous retenons pour illustrer notre démonstration, est celui d'une TPE que nous caractérisons dans le champ des entreprises innovantes : l'entreprise Guyacom, entreprise du secteur des télécommunications. Ce choix nous conduit à plus particulièrement nous intéresser à l'innovation dans le domaine des services, forme plus récente et placée au cœur de différentes stratégies et politiques d'actualité, dont notamment les politiques européennes.

Naturellement, se pose alors la question de savoir si le processus d'innovation au sein d'une TPE se distingue de celui d'une grande entreprise. Au regard de l'innovation, existe-t-il des caractéristiques propres à la TPE, ou n'est-elle qu'une grande entreprise en modèle réduit ? Les dispositifs fiscaux existant en faveur de l'innovation incluent-ils la TPE dans leur champ d'application ou ces dernières sont-elles *de facto* écartées par des conditions d'éligibilité hors de leur portée ?

Le caractère particulier de notre propos réside dans le fait que Guyacom est une entreprise implantée en Guyane Française.

Département français depuis 1946, la Guyane est donc également partie intégrante de l'Union Européenne. Les spécificités de ce département ultramarin, tant en termes économiques et sociaux qu'en raison de son éloignement de la France métropolitaine, amènent la question des problématiques auxquelles est confrontée une TPE innovante localisée sur ce territoire. Qu'est-ce qu'être innovant dans un aussi récent département ? Comment dépasser le contexte de handicaps, témoins du retard économique marqué de ce territoire ? Comment la politique communautaire issue de la Stratégie de Lisbonne peut-elle être pertinente et en quoi, le statut de région ultrapériphérique au sein de la législation communautaire, confère-t-il des attributs efficaces ?

Innovation et internationalisation peuvent être intimement liées. Mais est-il possible voire même nécessaire de déterminer si l'une est la conséquence de l'autre ? Cela est d'autant plus avéré que l'internationalisation de l'entreprise est précoce et fait partie du code génétique de l'entreprise. La posture internationale du dirigeant et les ressources internes de l'équipe de direction en sont les garantes. Mais là encore, la spécificité du contexte guyanais, modifie les termes du débat, en ce sens que les politiques et mesures dérogatoires dont peut bénéficier le territoire confèrent au couple innovation/internationalisation des qualités et fonctions, propres et renforcées...L'entreprise Guyacom, par l'exemple concret qu'elle fournit, viendra étayer notre analyse.

1. CONSTRUIRE UNE ENTREPRISE INNOVANTE EN GUYANE : LE DÉPASSEMENT D'UN CONTEXTE DE HANDICAPS MAJEURS

Etre une entreprise innovante en Guyane, c'est d'une part, répondre aux qualités requises par ce domaine d'excellence à l'instar d'une entreprise métropolitaine, et d'autre part affirmer ses particularités en ce sens que la Guyane est un département récent dans son développement économique, et que l'innovation n'y revêt de ce fait, pas tout à fait les mêmes attributs qu'en métropole.

1.1. Être une entreprise innovante en Guyane

L'innovation prend place ici dans un tissu économique à fortes particularités environnementales (climat, éloignement, géographie atypique, continent sud américain..), tissu de très petites entreprises (les entrepreneurs « solo » sont les plus nombreux), et au cœur d'un « jeune » département français. Histoire et géographie sont ainsi parties prenantes au débat sur la forme et les modalités des entreprises innovantes.

1.1.1. L'innovation définie par ses acteurs

- Définitions des institutions référentes

Les principaux acteurs institutionnels du champ de la recherche et développement (ci - après R&D) ont apporté leur propre définition au concept de l'innovation, lui apportant ainsi un cadre de référence à une date donnée, pour l'application des politiques et leur évaluation.

En premier lieu, la définition donnée par l'OCDE met l'accent sur le caractère protéiforme et évolutif du concept de l'innovation :

- *Par innovation technologique de produits, l'on entend la mise au point/commercialisation d'un produit plus performant dans le but de fournir au consommateur des services objectivement nouveaux ou améliorés.*
- *Par innovation technologique de procédé, l'on entend la mise au point/adoption de méthodes de production ou de distribution nouvelles ou notablement améliorées.*
- *L'innovation peut faire intervenir des changements affectant séparément ou simultanément, les investissements, les ressources humaines ou les méthodes de travail.*
- *Ces définitions peuvent être étendues aux activités de services et d'organisation¹.*

De façon plus concise, le Ministère de l'industrie, l'économie et de l'emploi reprend la définition donnée par l'OCDE dans les termes suivants : « *Il s'agit de l'ensemble des démarches scientifiques, technologiques, organisationnelles, financières et commerciales qui aboutissent à la réalisation de produits ou procédés technologiques nouveaux ou améliorés* ».

Ces définitions actuelles illustrent la rupture avec la conception longtemps et traditionnellement citée qui ne retenait que l'innovation technologique résultant de la recherche fondamentale. Elles mettent l'accent également sur le caractère extensif de la novation qui peut porter sur le produit ou le service lui-même mais aussi tout procédé, toute méthode, toute organisation.

¹ OCDE, Manuel d'Oslo, 3^{ème} édition (2005).

Autre acteur majeur de l'innovation, OSEO², a élaboré ses propres critères permettant de qualifier d'innovante une entreprise en retenant des critères plus pragmatiques qui permettront à l'entreprise elle-même d'évaluer les moyens qu'elle y consacre au regard de ses objectifs. Ainsi, l'entreprise innovante doit avoir eu recours à au moins une des 5 pratiques suivantes, au cours des 3 dernières années :

- *elle a financé des frais de R&D ou recruté du personnel de R&D*
- *elle a déposé un brevet, une marque, un dessin ou un modèle*
- *elle a développé pour le compte de tiers un produit ou un procédé ou une prestation nouveau ou significativement amélioré*
- *elle a réalisé un nouveau produit, bien ou service ou utilisé un nouveau procédé ou une nouvelle méthode de production, de commercialisation ou d'organisation. Ce produit ou ce procédé n'était pas déjà commercialisé ou utilisé par des concurrents.*

Nous caractériserons notre cas d'étude, à savoir l'entreprise GUYACOM, dans le champ des entreprises innovantes par :

- *son domaine d'activité technologique : l'entreprise technologique intervient dans le secteur des télécommunications dans le département de la Guyane :*

La création de Guyacom en 2006 répondait à l'appel à candidature de l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications électroniques et Postales) pour l'attribution de licences Boucle locale Radio (BLR ou Wimax) pour toutes les régions de France.

En ce qui concerne la Guyane, l'ARCEP a attribué à Guyacom - ainsi qu'à France Télécom - une licence d'exploitation de cette technologie particulièrement adaptée à la configuration de la Guyane.

- *ses démarches scientifiques et organisationnelles orientées vers la création d'un cluster³ :*

Les données climatiques et environnementales de la Guyane imposent une constante adaptation des technologies existantes; cette recherche de synergies avec d'autres PME innovantes du territoire ont aussi motivé le regroupement en cluster, au sein duquel l'innovation doit être stimulée, notamment à travers les échanges avec les organismes de recherche et le monde académique.

- *son profil capitalistique : à la fois la nature de l'activité (télécommunication) et son caractère innovant, imposent des délais importants en termes de retour sur capital investi⁴ rendant indispensable l'intervention d'un acteur du capital risque dans la structure financière : tel est le rôle de la structure Alyse Guyane⁵, société de capital développement qui investit au sein des TPE et PME guyanaises, tous les secteurs d'activité y étant éligibles.*

² OSEO : Issu de la fusion en 2010 d'Oséo Innovation, Oséo Financement et Oséo Garantie, OSEO est un établissement public dont la mission est d'accompagner et d'aider les entreprises innovantes : par une offre de garantie soit de concours bancaires soit de fonds privés et par financements directs des investissements ou du cycle d'exploitation de l'entreprise en partenariat avec des établissements bancaires.

³ Le Cluster, ou système productif local, est un groupement d'entreprises et d'institutions (notamment organismes de recherche et d'enseignement supérieur) proches géographiquement et collaborant dans un même secteur d'activité. Il s'agit pour ces réseaux d'interdépendances, formés d'entreprises aux activités similaires ou complémentaires, de mutualiser leurs moyens afin de répondre efficacement aux exigences du marché. Les synergies sont à trouver notamment dans les ressources humaines, l'accès aux services marchands ou non marchands, la formation et la recherche. L'organisation en cluster, dont les piliers sont la formation, la recherche et les entreprises, a pour objectif de favoriser l'innovation.

⁴ Le délai moyen de retour sur investissement dans le secteur des télécoms est de l'ordre de 15 ans.

⁵ Alyse Guyane est une structure alimentée par des fonds publics issus d'un partenariat entre la Région Guyane, le centre national d'études spatiales (CNES), la Chambre de Commerce et de l'Industrie de Guyane et une holding financière détenue par l'agence française développement, la Caisse des dépôts et Consignation et le Groupe Banque Populaire Caisse d'épargne. Elle est dotée d'un capital de 2,25 millions d'euros.

Au 1^{er} janvier 2010, Alyse Guyane est entrée au capital de Guyacom à hauteur de 5%.

- *son travail sur certains procédés déjà existants de télécommunication en vue de leur adaptation à l'environnement économique et démographique unique qu'est celui du département de la Guyane.*

Les caractéristiques de peuplement de la population guyanaise (faible densité et concentration sur la bande littorale) expliquent le faible niveau de l'infrastructure câblée dans le département. En revanche, la technologie Wimax hertziennne, c'est-à-dire reposant sur une transmission par les ondes, permet de couvrir les zones identifiées et exonère de travaux coûteux en génie civil.

- Définition du législateur français

Si l'on se tourne maintenant du côté du législateur, c'est principalement la loi fiscale qui s'attachera à donner une définition de l'innovation et/ou de l'entreprise innovante afin de fixer le périmètre d'éligibilité à certaines dispositions incitatives. Ainsi, l'entreprise qui souhaitera se doter du statut dérogatoire de « Jeune entreprise innovante » (JEI) devra établir notamment que ses dépenses de recherche et développement représentent au moins 15% des charges totales engagées au titre de ce même exercice⁶. Dans un souci d'application effective de ces mesures fiscales, le texte apporte une définition des dépenses de R&D et en donne une liste exhaustive, mais qui reste néanmoins soumise à interprétation dans son application à chaque secteur d'activité concerné.

On constate que le législateur soucieux d'une application effective de ces dispositifs fiscaux, a retenu une approche quantitative plus facile à mettre en œuvre pour l'entreprise. Ce sont des critères de même nature qui sont également retenus pour connaître de l'éligibilité d'une entreprise innovante au dispositif du crédit d'impôt recherche⁷.

- Définitions des institutions et du législateur brésiliens

Le propos de notre article nous conduit à également nous intéresser à la définition de l'innovation retenue au Brésil par les textes en vigueur ou par les institutions référentes.

La Lei de Inovação⁸ (Loi en faveur de l'innovation) qui définit un ensemble de mesures incitatives en faveur de l'innovation scientifique et technologique ayant pour objectif d'améliorer la compétitivité des entreprises sur des marchés internes et externes retient la définition suivante de l'innovation : c'est la conception de nouveaux produits ou de processus de fabrication tels que l'agrégation de nouvelles fonctionnalités aux produits ou aux procédés, et impliquant une amélioration incrémentale et un gain effectif en qualité ou en productivité permettant une meilleure compétitivité sur le marché ; le produit ou le processus visé ne doit pas nécessairement être nouveau pour le marché ou le secteur d'activité.

Si l'on se réfère à ce texte, ainsi qu'aux contributions réalisées par certaines institutions⁹, il apparaît que le Brésil ne se distingue pas des autres pays industrialisés pour

⁶ L'article 78 de la Loi de Finances pour 2004 a défini le concept de jeune entreprise innovante ; il s'agit d'un régime dérogatoire car porteur d'allègement et d'exonération au plan social et fiscal.

⁷ Il s'agit d'une prise en compte des dépenses de recherches engagées par l'entreprise sous forme d'une économie d'impôt sur les bénéfices (crédit d'impôt).

⁸ Lei de Inovação, n°10 973 de 21/02/2004, loi en faveur de l'innovation.

⁹ Para o Desenvolvimento Industrial (institut d'études pour le développement industriel) « O grande Desafio ao Novo Governo que vem da Inovação » (le grand défi à relever par le gouvernement en matière d'innovation).

définir l'innovation. L'objectif de ces définitions est également de permettre aux entreprises qui pourront répondre de ces qualités, d'accéder à des dispositions fiscales incitatives¹⁰.

1.1.2. L'innovation à l'échelle d'une « très petite entreprise »

- Facteurs différenciateurs et qualités propres

La petite entreprise, et a fortiori la très petite entreprise (ci après TPE), telle que nous en retenons ici la définition, s'appuie sur la terminologie établie par l'Union européenne¹¹ qui repose sur des critères de chiffres d'affaires et de total bilan (la TPE a moins de 10 salariés et affiche un total bilan ou un montant de chiffre d'affaires qui n'excède pas 2 millions d'euros¹²).

Guyacom se présente donc comme une TPE au regard de la législation communautaire.

La petite ou très petite entreprise a fait l'objet d'études et de recherches ; Ainsi, Bénédicte Aldebert et Sabrina Loufrani-Fedida dans « *Repérer les compétences pour mieux comprendre le processus d'innovation : le cas d'une TPE touristique* »¹³, ont indiqué, à partir de travaux préalables¹⁴, qu'il ne s'agit pas d'une entreprise en miniature mais d'une structure qui développe ses caractéristiques propres en termes d'innovation.

En effet, n'ayant pas les ressources d'une grande entreprise, les TPE compensent cette faiblesse grâce à un processus de prise de décision et d'innovation qui leur est propre. L'explication est à trouver dans une proximité hiérarchique et fonctionnelle et dans la concentration des compétences et savoir-faire.

D'une part, au sein d'une TPE, le dirigeant est confronté à un exercice permanent d'allers-retours entre des tâches opérationnelles et une vision stratégique. D'autre part, le mode d'échange d'informations et de prise de décisions s'expriment selon des modalités informelles qui, ajoutées à la flexibilité et la capacité d'improvisation, permettent à la TPE d'être extrêmement réactive.

Une illustration d'une combinaison de l'ensemble de ces paramètres favorisant l'innovation est à trouver dans la relation entre Guyacom et un de ses clients, le Centre Hospitalier de Cayenne :

Après que Guyacom a remporté l'appel d'offres du Centre Hospitalier de Cayenne pour le projet de connexion à l'internet des infirmeries situées dans l'intérieur guyanais, l'équipe technique de l'hôpital de Cayenne faisait reposer son dispositif télécom sur les compétences de Guyacom, qui avait ainsi acquis une connaissance approfondie du fonctionnement, de l'organisation et des besoins de son client.

¹⁰ Loi de Bem, n°11.196 de 21/11/2005, Loi d'incitation fiscale en faveur de la R&D.

¹¹ Recommandation 2003/361/CE de la Commission du 6 mai 2003 concernant la définition des micro, petites et moyennes entreprises JO L 124 du 20 mai 2003.

¹² Ces plafonds permettent aux instances communautaires d'apprécier les seuils d'intervention autorisés sous formes d'aides publiques auprès des entreprises de chaque Etat, et s'appliquent à tous les programmes, toutes les politiques menés par la Commission en faveur des entreprises.

¹³ Aldebert B et Loufrani- Fedida S, « *Repérer les compétences pour mieux comprendre le processus d'innovation : le cas d'une TPE touristique* », Revue internationale PME, vol 23 n°1, 2010.

¹⁴ Torrès O. (1997), « *Pour une approche contingente de la spécificité de la PME* », Revue Internationale PME, vol10, n°2, pp 9 – 43, Marchesnay M. (1997), « *Petite entreprise et entrepreneur* » in Y. Simon et P. Joffre (dir.), *Encyclopédie de gestion*, Tome 2, 2^{ème} édition, Paris, Economica, pp 2209- 2219.

Lorsqu'il s'est agi de trouver un partenaire pour fournir l'internet par satellite dans le cadre du projet pilote de télé-échographie initié par le CHU de Tours, la proximité existante entre les équipes de l'hôpital de Cayenne et celle de Guyacom a conduit les deux partenaires à naturellement discuter de la faisabilité technique du projet en Guyane avant toute formalisation contractuelle. L'idée de ce projet était de permettre au robot de télé-échographie d'être actionné à distance par le médecin qui pouvait se trouver à des dizaines voire des centaines de kilomètres du patient.

Forte d'une connaissance des spécificités de l'intérieur guyanais alliée à la compréhension des nécessités et exigences hospitalières, Guyacom a immédiatement perçu les contraintes opérationnelles entravant la mise en place rapide du robot de télé-échographie. Un fructueux échange avec le chef de projet du Centre Hospitalier a permis au robot télé-échographe de Maripa-Soula (commune du fleuve Maroni, frontalier avec le Surinam) d'être mis en service pour le diagnostic de douleurs abdominales suspectes dans les délais impartis.

Une vision différenciatrice des problématiques est le plus souvent ce qui conduit la TPE à une innovation. Nous verrons ci-après que c'est une vision innovatrice qui facilite l'internationalisation de la PME.

- L'accès renforcé des TPE aux dispositifs fiscaux en faveur de l'innovation

Si dans la théorie, les TPE, au regard des conditions juridiques et fiscales d'éligibilité (formes juridiques ouvertes, régime réel d'imposition des bénéficiaires sans condition de plafonds de chiffre d'affaires...) peuvent bénéficier des dispositifs fiscaux favorisant l'innovation au même titre que les PME, il faut bien convenir qu'elles n'en constituent pas le cœur de cible, et que les conditions de leur mise en œuvre concrète semblent parfois difficiles d'accès à ces petites structures...

Le dispositif phare en matière d'aide fiscale à l'innovation, est sans aucun doute, le dispositif du crédit d'impôt recherche (ci-après le CIR). A cet égard, une récente étude de l'OCDE révèle que la France est toujours l'un des pays offrant le dispositif de soutien à la R&D le plus incitatif¹⁵, démontrant ainsi que la fiscalité joue bien là son véritable rôle de levier économique.

Depuis sa plus récente réforme (Loi de Finances pour 2008), ce dispositif a été justement voulu plus ouvert aux petites entreprises, par une certaine simplification opérée et par une meilleure lisibilité des conditions à satisfaire.

Preuve de cette accessibilité renforcée pour les petites entreprises, ces dernières ont constitué en 2009, 80% des nouveaux déclarants¹⁶.

Ce mécanisme permet aux entreprises qui engagent des dépenses de R&D¹⁷ et sous réserve de certaines conditions, de déduire de leur impôt sur les bénéfices, un pourcentage donné du

¹⁵ « Attractivité : la France maintient son rang et fait la chasse aux idées reçues sur sa fiscalité », Les Echos, le 12 juillet 2011. Il s'agit d'une étude qui a permis de comparer la France avec 11 autres pays de l'OCDE sur la base de critères permettant la mesure de l'attractivité d'un territoire.

¹⁶ Source : Les Echos, 10 juin 2011, « 16 000 entreprises utilisent le CIR ».

¹⁷ Il s'agit de dépenses visées à l'article 244 quater du CGI. Par exemple, amortissements déductibles des immobilisations créées ou acquises à l'état neuf, directement affectées aux opérations de recherche, amortissements de brevets ou de certificats d'obtention végétale, les frais de personnels liés à ses dépenses, etc...

montant de ces dépenses de R&D¹⁸. Selon les cas, ce pourcentage varie de 5 à 40% sous réserve du respect de certaines conditions. Si l'entreprise ne dégager pas un bénéfice générateur d'un impôt suffisant pour absorber le CIR, elle dispose alors d'un report d'imputation au titre des 3 exercices suivants et la fraction non utilisée à l'issue de cette période devient remboursable, voire à certaines conditions d'une possibilité de remboursement de la créance fiscale dès la première année¹⁹. C'est en ce sens que le dispositif est accessible à la TPE car il n'est pas conditionné par la réalisation d'un montant de bénéfice et se transforme en avantage de trésorerie immédiat.

Aux côtés du crédit d'impôt recherche, le dispositif de la Jeune Entreprise Innovante (JEI) participe à l'effort de la France en ce domaine. En application de ce statut, les PME créées depuis moins de huit ans, qui répondent à certaines conditions quant au mode de détention de leur capital, et dont les frais de R&D représentent au moins 15% de leurs charges fiscalement déductibles, peuvent bénéficier d'une exonération totale d'impôt sur les bénéfices pendant trois ans, puis d'un abattement de 50 % pour encore deux années, ainsi que d'une exonération quasi totale des charges sociales patronales relatives aux salariés qui ont une fonction en lien avec l'activité innovation – recherche de l'entreprise.

Cet avantage fiscal substantiel est susceptible de bénéficier à un large éventail d'entreprises, TPE comprises, puisque ce statut est applicable à toute forme juridique, y compris l'entrepreneur individuel, quel que soit le régime d'imposition des bénéfices et le nombre de salariés.

Ce dispositif constitue donc également une véritable allocation de ressources pour les TPE dotées du statut de JEI²⁰, l'Etat leur remboursant indirectement une part de leurs dépenses de R&D.

Pour devenir des destinataires privilégiés de ces dispositifs et notamment de celui de la JEI, il en va à nouveau de l'attitude de l'entrepreneur, qui doit être en mesure de se doter des moyens qui le placeront en situation de bénéficiaire potentiel : une démarche lisible en faveur de l'innovation, une comptabilité analytique de ses dépenses de recherche, l'embauche d'au moins un salarié satisfaisant aux conditions des textes, la capacité de se conformer au formalisme fiscal, etc.... La mise en place d'une telle démarche suppose une compréhension des enjeux financiers portés par ces mesures et de leurs effets induits sur le développement de l'entreprise.

1.1.3. L'innovation en Guyane, « jeune » département

Qu'est ce qu'être innovant dans un département qui n'a « que » 65 années d'existence ? Quelques précisions historiques et économiques s'imposent à cet égard.

- Un demi - siècle de rattrapage économique

La Guyane est devenue département français par la Loi de départementalisation du 19 mars 1946²¹. Découverte par les espagnols en 1499, c'est à compter du 17ème siècle que les

¹⁸ Ce pourcentage varie de 5 à 40%; il s'élève à 30% de la fraction des dépenses de recherche exposées au cours de l'année n'excédant pas 100 M d'€ et à 5% pour la fraction restante. Ce taux peut atteindre 40% la première année et 35% la deuxième pour les entreprises qui n'ont pas bénéficié d'un CIR au titre des cinq années précédentes et qui n'ont pas de lien de dépendance avec une autre entreprise ayant bénéficié du crédit d'impôt au cours de la même période.

¹⁹ Cette mesure initialement temporaire a été prorogée par la Loi de finances pour 2011 (article 41) ; le dispositif CIR a coûté 4.7 milliards d'euros à l'Etat français en 2010.

²⁰ Il est à noter qu'il peut se cumuler avec le CIR.

premiers comptoirs français s'y installeront. Si des cultures vivrières vont y être développées dans un premier temps, à compter de la fin du 19^{ème} siècle et jusqu'aux années 1920, « la ruée vers l'or » détournera durablement les colons de tout objectif de développement de l'agriculture et de l'industrie.

Lorsque la Guyane devient département français, elle va afficher une situation de retard, voire d'absence de tout développement économique qui la situe dans une position de fragilité encore plus accentuée que les trois autres ex colonies.

Dès lors, pendant 50 années, va se dérouler un vaste « chantier » de rattrapage économique et social.

En matière sociale, des dispositifs porteurs d'allègement et d'exonération vont se succéder, et l'égalité sociale sera consacrée par l'alignement du SMIC DOM sur celui métropole en 1996.

En matière économique, le rattrapage a consisté dans un premier temps à protéger et développer les cultures traditionnelles, puis à faire émerger des activités de remplacement à plus forte valeur ajoutée comme les cultures maraichères et rizicoles.

Le secteur productif pour sa part va majoritairement voir émerger des activités « d'import-substitution » (au détriment de véritables activités productives productrices) destinées à un marché intérieur qui se caractérise par un niveau élevé et croissant de consommation, lui-même lié à la forte croissance démographique ; mais ces activités ne contribueront que faiblement à la richesse du département.

- Une émergence couplée à une dépendance

Après ces 50 années de rattrapage économique, se pose, à ce deuxième stade, la question d'un développement économique porteur de valeur ajoutée et d'enrichissement. Les fondamentaux économiques ont été atteints, témoins de l'ascension rapide effectuée par le département²²; cependant, l'appréciation de ces données est à nuancer car l'économie locale reste en réalité dépendante de deux facteurs qui sont la commande publique et l'activité spatiale.

Prenons l'exemple des entreprises du secteur du bâtiment, il s'agit d'entreprises qui occupent une place importante dans le tissu économique local car présentant un fort taux d'employabilité (la commande publique représente 50% de leur chiffre d'affaires)²³ ; elles sont donc tributaires des politiques menées par l'Etat en matière de logements principalement mais aussi d'équipements publics ; ces activités en outre, bénéficient d'un soutien financier de la part de l'Etat sous forme d'aides fiscales en faveur de la construction de logements neufs libres, intermédiaires ou sociaux²⁴, ce qui accroît le facteur dépendance face à aux évolutions législatives nombreuses en matière de « niches fiscales ».

Concernant l'activité spatiale²⁵, cette dépendance reste vraie à ce jour même s'il faut noter son effet moindre au fil des ans, témoin d'une certaine diversification engagée de l'économie locale²⁶. Par les seuls effets induits (et donc en plus de ses propres emplois), elle est encore créatrice de plus de 4 000 emplois sur le département. Elle vient également fausser l'appréciation du taux de couverture importations/exportations²⁷ puisque l'activité spatiale est à la fois fortement exportatrice (l'activité de lancement est considérée comme une activité

²¹ Loi n° 46-451 du 19 mars 1946 tendant aux classements comme départements français de la Guadeloupe, de la Martinique, de la Réunion et de la Guyane Française, JO du 20 mars 1946 p. 2294.

²² La croissance du PIB entre 1997 et 2007 a été de + 4.3% en Guyane alors qu'elle n'a été que de + 2.1% en moyenne nationale (source INSEE).

²³ Source IEDOM.

²⁴ Dispositifs fiscaux qui incitent des contribuables à investir dans de telles opérations en leur octroyant notamment, une réduction d'impôt.

²⁵ CEROM (comptes économiques rapides de l'outre-mer), « les comptes en 2009 : le spatial préserve la croissance », septembre 2010.

²⁶ L'activité spatiale représentait 26% du Pib en 1994 alors qu'elle ne représente plus que 16.2% en 2002 (source CNES).

²⁷ 11.5% pour l'année 2008, dernier chiffre définitif connu (source Douanes).

d'exportation de transport) et importatrice de part les fournisseurs engagés dans la construction (industriels européens); dès lors la capacité des seules entreprises locales est très faiblement évaluée.

Le développement économique du département doit donc être regardé à travers un double prisme : la vitrine spatiale et les autres activités. C'est à l'intérieur de ce deuxième champ, que les entreprises innovantes ont un rôle fort à tenir, appuyées par une volonté politique manifeste.

Ainsi, la politique communautaire et plus particulièrement la politique communautaire régionale envers une région dotée du statut de région ultrapériphérique, viennent par les objectifs fixés et les moyens déployés, appuyer cette orientation.

1.2. Être une entreprise innovante en région ultrapériphérique

Les départements d'outre – mer français, parties d'un pays membre de l'UE, ressortent de la politique communautaire et à ce titre des politiques et stratégies communautaires en matière d'innovation ; cependant leurs spécificités indéniables en ont fait des territoires « à part » qui de ce fait, ont « conquis » un statut propre, celui de région ultrapériphérique (ci après RUP).

1.2.1 Innovation et politique communautaire

- Les origines d'une politique communautaire fondée sur la connaissance et l'innovation

A l'occasion du sommet de Lisbonne en mars 2000, le Conseil européen, en réponse aux défis de la mondialisation et du vieillissement des populations, a affiché la volonté de « *devenir d'ici 2010 l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde, capable d'une croissance économique durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale* ».

Les quinze chefs d'état des États membres s'étaient fixé notamment comme objectif, de renforcer l'effort d'investissement consacré à la R&D afin d'atteindre le seuil de 3% du PIB.

Une politique axée sur l'innovation a donc été associée à celle de la recherche et de l'enseignement conceptualisée sous la dénomination « *triangle de la connaissance* » qui fait de l'innovation le moteur d'une croissance pérenne et durable par ses effets sur l'environnement économique et social.

La synergie entre ces trois pôles – l'innovation, la recherche, la formation- s'est concrétisée par la création progressive de l'Espace Européen de la Recherche (ci-après EER)²⁸ destiné à favoriser les échanges de connaissances entre les différents états membres, en regroupant les activités, politiques et programmes européens de recherche et développement²⁹.

En 2005, suite à des résultats décevants, la stratégie de Lisbonne a fait l'objet d'un réexamen par la Commission : le secteur de la connaissance demeure prioritaire³⁰ et pour faciliter

28 Communication de la Commission, « *Vers un espace de recherche européen* », Sec (2010) 114 final, 18 janvier 2000.

29 Différentes actions ont été menées dans le cadre de l'EER et ont abouti à la création d'un institut européen de l'innovation et de la technologie et du conseil européen de la recherche.

30 « il s'agit d'un « *facteur critique par lequel l'Europe peut assurer sa compétitivité dans un contexte de mondialisation où d'autres concurrents disposent d'une main-d'œuvre bon marché ou de ressources primaires* » in Communication de la Commission, « *Travaillons ensemble pour la croissance et l'emploi : un nouvel élan pour la stratégie de Lisbonne* », Com (2005) 24 final, 2 février 2005, p22.

l'innovation, la Commission encourage notamment le renforcement des Technologies de l'information et de la Communication.

- Le maintien d'une politique de la connaissance soutenue en dépit de l'échec de la stratégie de Lisbonne

La stratégie de Lisbonne, même revisitée, n'a pas été l'objet d'un franc succès³¹. L'objectif chiffré de dépenses de R&D équivalentes à 3% du PIB est loin d'être atteint, et stagne depuis l'année 2000³². Or, l'augmentation de ces investissements est fondamentale si l'Union souhaite préserver son modèle social et son dynamisme mondial et ce d'autant plus qu'en cette matière, l'Union Européenne ne parvient pas à rattraper son retard par rapport à ses principaux concurrents, les États-Unis (2,6% du PIB) et le Japon (3,4% du PIB)³³. Cependant, l'UE maintient encore une certaine avance sur des pays émergents tels que l'Inde et la Russie, mais en revanche, l'écart ne cesse de s'amoinrir entre le Brésil et la Chine.

Les échecs de cette stratégie s'expliquent en grande partie à cause de la crise dont les effets se sont durement fait ressentir alors même que la stratégie arrivait à son terme et par le fait que l'Europe totalise désormais 27 membres et non plus 15.

Parallèlement, l'EER a pris un nouvel élan en 2007 avec la ratification du Traité de Lisbonne qui lui a donné une véritable base juridique. Ainsi, l'article 173 alinéa 1 et 2³⁴ du Traité dispose que :

« L'Union a pour objectif de renforcer ses bases scientifiques et technologiques, par la réalisation d'un espace européen de la recherche dans lequel les chercheurs, les connaissances scientifiques et les technologies circulent librement, et de favoriser le développement de sa compétitivité, y compris celle de son industrie, ainsi que de promouvoir les actions de recherche jugées nécessaires au titre d'autres chapitres des traités.

A ces fins, elle encourage dans l'ensemble de l'Union les entreprises, y compris les petites et moyennes entreprises...

En application du Traité, les institutions sont tenues d'adopter un programme cadre pluriannuel ayant vocation à financer des projets de recherche européens³⁵.

Cependant, il convient de rappeler que le secteur de la recherche ne relève pas de la compétence exclusive de l'Union mais constitue une compétence partagée avec les États membres, ce qui signifie que ces derniers demeurent totalement libres d'établir leur propre politique à l'intérieur du cadre défini par l'Union. Ainsi l'Etat national et surtout ses régions, doivent définir une politique régionale de l'innovation³⁶ s'appuyant sur les priorités définies au plan communautaire et fournissant la ligne stratégique d'utilisation des fonds européens pour les axes budgétaires dédiés à ce domaine³⁷.

³¹ Précité

³² Le taux était de 1,82 % en 2000 et n'a évolué qu'à 1,9% en 2008

³³ Communication de la Commission, « Europe 2020 : une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive », COM(2010) 2020, 3 mars 2010, p.11

³⁴ Ex article 163 du TCE.

³⁵ L'actuel septième programme-cadre pour la période 2007-2013 a permis de doter la recherche d'un budget de 50,5 milliards d'euros.

³⁶ Lors de la présentation de la Stratégie Régionale d'Innovation (SRI) de Guyane, 3 enjeux majeurs pour la Guyane (déclinés en 5 axes majeurs) ont été présentés : améliorer l'aide publique et le conseil aux entreprises, développer l'excellence et rendre le territoire attractif et compétitif à l'échelle internationale et développer une gouvernance territoriale efficace et pérenne.

³⁷ Ainsi dans le département de la Guyane, une structure d'Etat, « le Relais Europe » est dédiée à la gestion et à l'affectation des fonds européens vers les projets retenus et dans le respect des politiques communautaires définies.

- Perspectives

La politique européenne n'a pas abandonné l'idée d'une croissance par une économie de la connaissance ; bien au contraire, la Commission européenne continue, avec « Europe 2020 »³⁸, de promouvoir une croissance intelligente en encourageant une économie fondée sur la connaissance et l'innovation³⁹.

Par ailleurs, la Commission a préconisé une série « d'initiatives phares » parmi lesquelles celle d'une stratégie numérique pour l'Europe dont l'objectif est de créer un marché unique numérique, fondé sur un internet à très haute vitesse et l'interopérabilité des applications. D'ici 2013, chaque citoyen de l'Union européenne devrait avoir accès internet à haut débit et d'ici 2020, l'accès à très haut débit.

Le programme national de déploiement du très haut débit a été annoncé par le Premier Ministre François Fillon dès janvier 2010. Ainsi, le financement des investissements du très haut débit à travers le volet numérique du Grand Emprunt doit être l'occasion de préparer l'avenir.

Guyacom a pour sa part, développé une solution visant à développer le très haut débit à travers une combinaison inédite de deux technologies existantes. Cette solution sera détaillée dans une réponse à appel à projet dans le cadre du grand Emprunt.

Les chefs d'orchestre de cette stratégie communautaire sont l'Etat et la Région chargés de développer une politique qui permette de converger vers les axes définis au plan européen. S'agissant du département de la Guyane, l'Etat et la Région doivent y mettre en place un comité de pilotage pour orchestrer cette politique commune (ou, tout du moins, qui doit le devenir) de l'innovation ; il s'agit ainsi d'accentuer la mise en commun et de l'orchestrer afin de générer les synergies nécessaires à une application de l'innovation par les entreprises locales et promouvoir un développement qui soit à la mesure des objectifs fixés par la Commission⁴⁰ et intégrant les spécificités de cette région française...mais ultrapériphérique... à la France.

1.2.2. Innovation et statut de Région ultrapériphérique

- Le statut de région ultrapériphérique

Au regard du principe d'assimilation juridique⁴¹, les DOM, en devenant département français, sont donc devenus partie intégrante de la Communauté européenne. Cependant, dans le même temps, une autre réalité s'imposait, celle de la spécificité de ces régions en retard de développement, et des difficultés d'une application sans nuance de la législation communautaire.

Au fil du temps, va donc émerger la nécessité d'une reconnaissance de ces spécificités en un véritable « droit à la différence ». C'est ainsi que va apparaître le concept de RUP, d'abord simple déclaration politique, puis *in finae* véritable concept juridique intégré au corps même du Traité CE, en son article 299§2⁴². C'est la consécration juridique d'un droit à déroger par la prise en compte « *des caractéristiques et contraintes* »⁴³ de ces régions.

³⁸ Communication de la Commission, « *Un budget pour la stratégie Europe 2020* », Com (2011)500 final, 29 juin 2011.

³⁹ L'objectif de 3% du PIB pour les dépenses de R&D est maintenu dans le cadre de la stratégie Europe 2020.

⁴⁰ Les lignes budgétaires consacrées à l'innovation sont définies au sein de chaque fonds structurel et notamment au sein du FEDER (Fonds européen de développement régional).

⁴¹ Article 73 de la Constitution.

⁴² Cette modification du Traité a eu lieu lors de la conférence intergouvernementale d'Amsterdam en juin 1997.

⁴³ Terminologie retenue par le Traité CE. en son article 299§2

Le statut de RUP va en effet permettre une pleine applicabilité du droit communautaire tout en autorisant des mesures dérogatoires permettant d'assurer le rattrapage économique de ces régions, sans toutefois « nuire à l'intégrité et à la cohérence de l'ordre juridique communautaire »⁴⁴.

- Des conséquences financières en faveur des entreprises

Départements d'un pays membre de l'UE, les DOM sont éligibles aux fonds structurels qui sont des instruments financiers au service du développement des régions ; mais forts de leur statut de RUP, ils deviennent également allocataires de ressources supplémentaires par l'attribution d'enveloppes dédiées, une dotation de compensation des handicaps et des contraintes spécifiques aux RUP est en effet incluse dans le FEDER.

Les dotations dont bénéficient ces régions sont allouées dans le cadre de la politique régionale de l'UE qui prend la forme de programmes à l'intérieur desquels des axes et des domaines prioritaires sont définis. Ainsi, la Guyane relève de l'objectif « Convergence » défini dans le cadre de la politique de cohésion communautaire, et réservé aux régions dont le PIB est inférieur d'au moins 75% à la moyenne communautaire. Les politiques mises en place et les projets retenus doivent s'inscrire dans le cadre de cet objectif. Les maîtres d'œuvre de cette politique sont l'Etat et la région chargés de développer leur propre politique permettant de converger vers les axes définis au plan communautaire.

Ainsi, l'innovation a été retenue comme « domaine privilégié d'intervention » dans le cadre de ce programme « Convergence » et, bénéficie de ressources dédiées à travers l'axe 1 du FEDER (Fonds Européen de Développement Régional) et les projets innovants font l'objet d'une attention soutenue pour la sélection opérée auprès des entreprises postulantes à une subvention.

Les entreprises innovantes guyanaises bénéficient donc d'une sorte « d'avantage concurrentiel » dans ce domaine, et leur gageure est de présenter et mener à terme des projets qui puissent devenir réceptaires de ces enveloppes budgétaires⁴⁵. La contre partie à cet avantage est bien sûr la présence des handicaps structurels environnementaux, et les surcoûts de l'ultrapériphéricité, auxquels va se heurter l'entrepreneur dans l'objectif de développement de son projet.

Le maître mot qui conditionnera l'aboutissement d'un projet sera le plus souvent une adaptation préalable et multiforme afin de contourner les « caractéristiques et contraintes » propres à l'environnement des entreprises guyanaises.

1.2.3. Innovation et adaptation

L'innovation va le plus souvent consister à une adaptation de l'existant ; à titre d'exemple, Guyane Technopole⁴⁶, l'agence dédiée à l'innovation, créée à l'initiative du Conseil Régional de Guyane en septembre 2000, considère qu'est une innovation, « tout procédé, technique, produit, service qui procure une valeur ajoutée au territoire en permettant de se distinguer de la concurrence ».

⁴⁴ Article 299§2 du Traité CE.

⁴⁵ Il existe une procédure de sélection des projets pour éligibilité aux ressources du fonds.

⁴⁶ Association loi 1901 dont l'objectif est de favoriser le développement économique et la création d'emplois dans la Région Guyane par la création, l'installation et le développement d'entreprises dans les secteurs innovants. Les membres fondateurs sont le Conseil Régional de Guyane, les chambres consulaires (CCI, Chambre d'Agriculture), EDF, le CNES, le MEDEF Guyane, le Rectorat, le CIRAD, l'IRD et l'Institut Pasteur).

Ainsi, deviendra un entrepreneur innovant celui qui aura l'idée de se positionner sur le marché de niche, qu'est celui de l'adaptation de ce produit ou service, adaptation qui pour des raisons d'échelle (étroitesse du marché local) n'intéressera pas le concurrent métropolitain

- Une adaptation des normes métropolitaines

Les produits imaginés, conçus pour le marché français, sont élaborés à partir de critères qui répondent aux normes de production et de consommation *françaises* au sens métropolitain. Or, les produits liés par ces critères et arrivant sur le marché guyanais peuvent rencontrer des impossibilités pour accéder à une transformation ou une consommation immédiate et vont nécessiter une adaptation préalable

Quiconque a déjà essayé d'installer une antenne parabolique (par exemple, pour capter la télévision par satellite) le sait : il s'agit d'orienter l'antenne de façon à viser le satellite qui fournit le service recherché. Le support sur lequel poser l'antenne ainsi que le kit d'installation livré avec sont étudiés pour que l'installation soit simple et facile à réaliser.

Les satellites géostationnaires se trouvent dans le plan équatorial de la terre. La Guyane est située entre 4° Nord de latitude et 53° Ouest de longitude, soit des coordonnées géographiques qui rendent les antennes paraboliques provenant de Métropole inutilisables en Guyane sans adaptation.

- Une adaptation de l'offre de produits ou services

Il va s'agir d'adapter un produit principalement à des données environnementales (par exemple, l'adaptation des moyens de livraison de denrées alimentaires auprès des populations du fleuve avec des pirogues pouvant supporter un équipement frigorifique). L'innovation réside ici dans l'attitude de l'entrepreneur qui va savoir trouver une réponse adaptée pour répondre à des caractéristiques spécifiques qui rentrent peu souvent dans le cadre de préoccupations d'un fournisseur métropolitain, tant pour des raisons de méconnaissance de ce marché lointain que pour des raisons de surcoût.

Ce principe de l'adaptation vaut également pour les services pour lesquels la mise en place ou l'utilisation au plan local se heurte là aussi aux difficultés environnementales : le faible nombre de clients potentiels, une population inégalement répartie entre une bande côtière et l'intérieur du département qui comprend des zones difficiles d'accès (certaines communes ne sont desservies que grâce à l'utilisation de pirogues sur le fleuve), la carence en infrastructures dans certaines parties du département.

Guyacom, société fournisseur de services a vécu une illustration de cette nécessaire adaptation :

La jeunesse de la population guyanaise (en 2009, 44.4% de moins de 20 ans selon l'INSEE) et l'importance de la proportion de la population immigrée, ont obligé Guyacom à imaginer un service propre à satisfaire une clientèle à faible pouvoir d'achat. En outre, malgré son fort taux de croissance (moyenne de 3.6%/an sur la période 2000-2009), l'étroitesse de la population (232 000 habitants en 2010, estimation INSEE) ne permet pas d'envisager des solutions technologiques traditionnelles imposant des infrastructures coûteuses. La téléphonie

mobile, norme GSM, en fait partie et est particulièrement difficile à rentabiliser dans les villages et communes très peu peuplés.

Forte de ces constats, Guyacom recherchait une solution qui permettrait de desservir les villages de Papaïchton (3 136 hab.) et de Camopi (1 535 hab.⁴⁷). Cette solution consistait en une innovation permettant de faire l'économie de l'aménagement d'un centre technique qui aurait été à Cayenne, dispositif qui se devait en outre, d'être économique sur le plan énergétique.

En adaptant une solution existante, notamment en substituant de la bande passante satellitaire à la traditionnelle bande passante terrestre, Guyacom peut fournir un service de téléphonie mobile dans des villages très faiblement peuplés pour un coût d'investissement autorisant une facturation proche des standards du marché.

Le tableau est à double face. L'innovation, bien plus qu'en d'autres lieux, a la possibilité d'occuper une place prépondérante car elle se décline selon de multiples facettes, apanage d'un territoire récent ou de nombreuses niches entrepreneuriales peuvent être investies. Elle semble alors de portée plus aisée dans sa captation (le marché des réalisations à opérer reste important) plus aidée dans sa mise en œuvre (nous avons vu que des structures sont dédiées aux entreprises innovantes à la fois par de possibles apports financiers mais aussi du conseil et de la logistique) et plus rapide dans les délais impartis pour réaliser ses objectifs (ces derniers sont calés sur un marché restreint).

Mais ces mêmes attributs ont un envers : si l'innovation est plus facile d'accès dans une approche de recherche « d'adaptation » plus que de « création » en tant que tel, elle se heurte également aux difficultés environnementales et intrinsèques du lieu (surcoûts liés à l'éloignement, étroitesse du marché, climat...), source de freins voire de renoncement de la part de l'entrepreneur même dûment motivé. Le territoire en ses spécificités alimente les possibles, mais dans le même temps il les limite. Les créations, les adaptations, au-delà des difficultés de réalisation qui peuvent être surmontées, ont un terrain de mise en œuvre qui est étroit, non extensible et qui justement parce qu'il est étroit, est coûteux, en interdisant toute économie d'échelle.

L'entrepreneur guyanais qui est animé d'un souci légitime de déploiement, mais aussi de rentabilité est alors amené à se tourner légitimement vers une démarche d'internationalisation, qu'il s'agisse d'exporter ses produits ou services innovants, mais aussi de rechercher à s'implanter vers les pays voisins que sont le Brésil et le Surinam..

2. DEVENIR UNE ENTREPRISE INNOVANTE À VOCATION INTERNATIONALE EN GUYANE : LA TRANSFORMATION D'UNE SITUATION DE HANDICAPS EN UN CONTEXTE D'ATOUTS FAVORABLES

Le développement d'une activité innovante induit des qualités et caractéristiques qui peuvent devenir sources de facilitation dans le cadre d'un processus d'internationalisation souhaité par l'entreprise. En territoire guyanais, ces liens peuvent prendre une signification renforcée en ce

⁴⁷ Sources : INSEE 2008

sens qu'il va s'agir de construire son développement selon des critères empreints des spécificités attachées à cette région ultrapériphérique.

2.1. Le lien naturel entre innovation et internationalisation

Selon quels critères va-t-on apprécier l'internationalisation et dans quel rapport au temps doit-on s'inscrire pour en prendre la mesure? En quoi une PME innovante à-t-elle des facilités à s'internationaliser? Quels liens caractérisent cette relation innovation/internationalisation?

2.1.1 Le temps et le mode de l'internationalisation

Traditionnellement, l'internationalisation intervenait lorsque l'entreprise avait atteint un seuil de développement suffisant sur son marché domestique. Selon la théorie de l'internationalisation par étapes, l'entreprise se développe à l'international progressivement, au début par de simples exportations, avant d'implanter de véritables filiales.

Des travaux universitaires ont mis en exergue que l'internationalisation peut même faire partie de la stratégie de lancement de l'entreprise; autrement dit, l'internationalisation est concomitante à la création de l'entreprise. Cette stratégie de développement a été conceptualisée sous la dénomination « d'entreprise à internationalisation rapide et précoce » (ci-après EIRP). Les initiateurs de cette théorie, Oviatt et McDougall⁴⁸, l'ont définie comme : « *une organisation commerciale qui, dès sa naissance, cherche à tirer un avantage concurrentiel significatif de l'utilisation de ressources (matérielles, humaines, financières...) et de la vente de produits multiples* ».

Qu'en est-il du mode de l'internationalisation? Il semblerait qu'aucune définition n'emporte l'unanimité. Bien que l'on s'accorde à considérer qu'une proportion du chiffre d'affaires en provenance de l'export soit nécessaire pour qualifier une entreprise d'internationale et que cette proportion doit être significative, aucun seuil ne fait l'objet d'un consensus véritable. L'importation de produits et de services entre-t-elle également en ligne de compte? Ou faut-il retenir le nombre de pays dans lesquels la PME est présente?

Dans le cas du projet de construction d'une dorsale télécom parcourant la Guyane d'est en ouest, permettant aux flux de bande passante entre le Brésil et le Surinam de traverser la Guyane, l'internationalisation est réalisée en occupant une position spécifique dans la chaîne des valeurs internationales. En pratique et en prenant un raccourci, étant donné que l'usage de l'internet inclut à la fois du « upload » (vous êtes en Guyane, cliquez sur un lien et envoyez une requête pour demander l'affichage d'une page) et du « download » (la page stockée sur un serveur localisée à Paris s'affiche). En clair, il y a la fois exportation et importation de services.

2.1.2. Un profil entrepreneurial tourné vers l'internationalisation

La littérature académique a recherché les facteurs déterminants à la réalisation d'une internationalisation. Ainsi, dans leur article « *Les antécédents de la performance à l'exportation des PME : un modèle hiérarchisant les déterminants, application au Vietnam* »,

⁴⁸ McDougall P.P., Shane S. et Oviatt B.M. "Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research", Journal of Business Venturing, vol. 9, n°6, 1994, pp.469-488.

les auteurs⁴⁹ ont identifié le profil entrepreneurial du dirigeant et les compétences disponibles au sein de l'entreprise comme des caractéristiques indispensables à l'internationalisation des PME dès leur naissance. L'environnement institutionnel et les structures d'accompagnement sont quant à eux, des éléments qui facilitent cette internationalisation. En outre, d'abondantes contributions universitaires étayent leurs développements conceptuels relatifs à l'internationalisation à travers des études empiriques et nous constatons que le cas de Guyacom en est une parfaite illustration :

De nationalité belge, le dirigeant fondateur de Guyacom a poursuivi ses études en Angleterre après une formation d'ingénieur télécom à l'Université de Gand. Arrivé au Surinam dans le cadre de ses obligations de service militaire, il est coopérant au sein de l'opérateur télécom historique du Surinam. A l'issue de cette période de 24 mois, l'Université de Paramaribo (capitale du Surinam) lui propose le poste de Chef du département technique, qu'il occupera pendant plusieurs années. Pendant cette même période, il crée le premier fournisseur d'accès internet dans le territoire voisin de la Guyane française, en s'associant à un ingénieur guyanais.

Au terme de 8 années passées au Surinam et en Guyane, il s'installe à Paris après avoir cédé sa PME guyanaise à la société Media Overseas, filiale du groupe Vivendi Universal.

A Paris, son activité professionnelle en liaison permanente avec l'ARCEP (Autorité de Régulation des communications électroniques et postales), alliée à sa connaissance de la Guyane l'incitent à répondre à l'appel à projet de l'ARCEP pour l'attribution de licences d'émission selon la technologie Wimax. A l'issue du processus de sélection des candidatures, deux sociétés reçoivent une autorisation d'émission pour le département de la Guyane : France Télécom et Guyacom, société créée à cette occasion.

Le parcours de ce dirigeant est la preuve d'une ouverture à l'international, renforcée d'une posture entrepreneuriale avérée. Ce sont également ces dispositions de sa personnalité qui sont à l'origine d'une vision différenciatrice et novatrice du secteur des télécoms en Guyane : traditionnellement et historiquement tournée vers la Métropole et les Antilles, la Guyane est alimentée en capacité internationale par un unique câble sous-marin Americas II. Or, cette vision nationale de desserte télécom des Départements Français d'Amérique (DFA) s'oppose aux logiques géographique et technique qui préconisent une liaison du plateau des Guyanes avec le Brésil.

Ainsi naît l'idée du projet porté par Guyacom de liaison télécom avec le Surinam et le Brésil.

En ce qui concerne les compétences opérationnelles permettant la mise en œuvre des orientations stratégiques à l'international, elles sont apportées par le deuxième associé de Guyacom. Ses fonctions antérieures au sein de la Direction des Opérations Internationales de la

⁴⁹ Luong M. H., Leo P.-Y. et Philippe J. (2010), « Les antécédents de la performance à l'exportation des PME : un modèle hiérarchisant les déterminants, application au Vietnam », 10^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 27-29 octobre 2010, Bordeaux.

filiale financière d'un grand groupe automobile français constituent une précieuse expérience pour la gestion des problématiques internationales sur les plans juridique, financier, logistique et organisationnel.

2.1.3 De nécessaires structures d'accompagnement

L'aventure de l'internationalisation initiée par une PME requiert une préparation approfondie. Selon les facilités offertes aux entrepreneurs par le pays d'accueil, cet exercice peut s'avérer périlleux. La Banque Mondiale établit un classement annuel des pays selon le climat des affaires, évalué en fonction d'une dizaine de critères (facilité à créer une société, à se voir octroyer un crédit, protection de la propriété intellectuelle...etc). Le Brésil et le Surinam étaient en 2010, classés respectivement 127^{ème} et 161^{ème} (la France se trouvait alors au 26^{ème} rang).

Guyacom s'est pour sa part, appuyée sur le réseau Ubifrance⁵⁰, notamment en bénéficiant de deux produits proposés par ce réseau : la mission de prospection (estimer l'appétence des clients potentiels pour notre offre) et la présence au pavillon français du salon des télécoms de Sao Paulo.

Il est par ailleurs à noter qu'en vertu d'un accord entre Ubifrance et le Ministère de l'Outre-Mer, les entreprises de l'Outre-Mer bénéficient de la gratuité de ces prestations.

Compte tenu des caractéristiques de l'équipe dirigeante de Guyacom, l'internationalisation était pour ainsi dire, inscrite dans le code génétique de l'entreprise. Cette orientation stratégique, facilitée dans sa mise en œuvre par l'existence de structures d'accompagnement telles qu'Ubifrance, était d'autant plus inévitable que les handicaps de la Guyane peuvent être tournés à l'avantage de l'entreprise qui saurait les mettre à profit.

Toutefois, au-delà de ces différents facteurs d'aide à la relation innovation/internationalisation, liés aux qualités que nécessite le développement d'une activité innovante, tant le contexte juridique de la région Guyane à savoir sa qualité de RUP, que les handicaps propres à cet environnement, peuvent être transcendés en qualités déterminantes pour une internationalisation accélérée.

2.2. Le lien forcé entre innovation et internationalisation à l'échelle d'une entreprise guyanaise

Les difficultés diverses qui caractérisent la Région Guyane tant au plan environnemental qu'économique lui ont conféré le statut de RUP. Ces handicaps sont autant de combats supplémentaires pour l'entrepreneur, mais en même temps lui ouvrent l'accès à des ressources et potentialités qui induisent une réflexion incontournable sur la question de l'internationalisation.

⁵⁰ Ubifrance est un Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial dont le Ministère de tutelle est le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. Sa mission est d'accompagner les entreprises françaises dans leur démarche à l'export.

2.2.1. Des handicaps qui se transforment en incitants

L'étroitesse du marché local est traditionnellement citée comme un facteur propice à l'internationalisation. La Guyane n'échappe pas à la règle et d'une façon générale, les particularismes qui font figure de handicaps structurels peuvent être tournés à l'avantage des entrepreneurs innovants et devenir des facteurs incitatifs à l'internationalisation. Ainsi, les marchés des pays voisins paraissent encore plus attractifs (190.8 M habitants pour le Brésil⁵¹ et 531 000 habitants pour le Surinam⁵² en 2010).

Le fournisseur de Guyacom pour son activité d'internet par satellite (VSAT) est brésilien (filiale brésilienne d'un groupe international). En devenant revendeur de ce groupe en 2006, Guyacom fut la première société à proposer l'internet satellitaire à un prix accessible aux PME et aux particuliers de Guyane, lors même que cette technologie est la seule permettant d'accéder à l'internet dans les zones sans infrastructure câblée (ADSL), soit 97% du territoire. Au bout de quelques mois d'activité, une personne résidant côté brésilien du fleuve transfrontalier Oyapock contacte Guyacom car elle souhaite bénéficier de ce service d'internet satellitaire. Elle informe l'entreprise que le revendeur le plus proche qui pourrait lui fournir cette prestation est Guyacom...

Peu de temps après, le fournisseur brésilien demande à Guyacom s'il lui est possible de desservir les clients surinamais qui en faisaient la demande.

2.2.2 Des allocations de ressources indirectes ou dédiées

Le problème majeur d'une petite structure confrontée à un projet de développement à l'international est celui des ressources. Outre les stratégies classiques d'apports de fonds (banques, capitaux risqués...) particulièrement difficiles d'accès en outre-mer, certains dispositifs fiscaux peuvent constituer un palliatif par le fait qu'ils libèrent indirectement une ressource, disponible alors, pour être redéployée dans la stratégie d'internationalisation de l'entreprise. Ces dispositifs ont vocation à faciliter le développement des PME françaises à l'étranger en générant de l'économie ou en leur allouant des ressources indirectes et le législateur a multiplié le vote de telles mesures au cours de ces dernières années.

Ainsi, le dispositif du crédit d'impôt pour prospection commerciale permet à une PME qui recrute une personne ou qui a recours à un volontaire international en entreprise (VIE) affecté au développement de la politique d'internationalisation de l'entreprise, qu'il s'agisse de la gestion de ses exportations ou d'une prospection en vue du développement de marchés externes ou d'une implantation, de bénéficier d'un crédit d'impôt⁵³. Par le biais de ce mécanisme, un montant représentatif de 50% des dépenses exposées au cours de la période de vingt quatre mois qui suit l'embauche peut être déduit de l'impôt sur les bénéfices (IR/IS) dû au titre de l'année au cours de laquelle ces dépenses ont été exposées.

Par ailleurs une entreprise innovante qui gère directement une implantation à l'étranger peut bénéficier du dispositif dérogatoire de « rapatriement » en France, d'un déficit réalisé à l'étranger aux fins d'une imputation sur un bénéfice France⁵⁴. Il s'agit ici de déroger au

⁵¹ Source : Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Institut brésilien de géographie et de statistiques

⁵² Source : Algemeen Bureau voor de Statistiek, Bureau Général des statistiques

⁵³ Article 244 quater H du CGI

⁵⁴ Article 22 de la loi de finances pour 2009, loi02008-1425 du 27 décembre 2008.

principe de territorialité de l'impôt sur les bénéfices en vertu duquel un déficit réalisé à l'étranger ne peut être imputable que sur des bénéfices réalisés localement. Cette disposition évite de pénaliser l'entreprise dans sa volonté d'implantation à l'étranger et lui permet de réaliser une économie d'impôt sur les bénéfices en France, du moins à titre provisoire⁵⁵ et permet surtout de ne pas entraver la poursuite du projet d'internationalisation.

Mais à côté de l'ensemble des régimes fiscaux de droit commun dont ils sont bénéficiaires comme tout département français, les départements d'outre-mer bénéficient également d'une fiscalité dérogatoire inhérente à leur statut juridique de RUP, et autorisant un dépassement des plafonds d'aides (calculés en équivalent subvention) communément admis par la Commission. Ces dispositifs revêtent la forme de mesures en faveur de l'investissement⁵⁶ mais aussi d'exonérations partielles des bénéfices réalisés par les entreprises locales⁵⁷.

Ainsi, un des dispositifs d'aide fiscale à l'investissement⁵⁸, permet à une entreprise qui veut acquérir un bien de n'en financer elle-même qu'une part, l'autre part étant financée par des apports d'investisseurs (qui recevront en contrepartie une réduction de leur impôt sur le revenu ou sur les bénéfices selon le cas) et par un prêt bancaire qui a pu être obtenu grâce au présent montage dit de « défiscalisation ». Cette politique d'investissement à moindre coût permet pour l'entreprise guyanaise utilisatrice de l'investissement de « libérer » de la ressource à d'autres fins.

Par ailleurs les entreprises locales bénéficient depuis 2009 de la LODEOM⁵⁹ qui en ce qui concerne la Guyane, leur permet d'exonérer 80% de leur résultat fiscal soumis à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les bénéfices⁶⁰, et cette économie substantielle peut être dédiée au développement de l'entreprise.

La fiscalité dérogatoire de l'outre-mer apparaît ainsi dans sa fonction de compensatrice des surcoûts, voire réductrice des coûts, apporteuse indirecte de ressources, qu'il appartient alors à l'entrepreneur de capitaliser et optimiser vers son déploiement à l'international.

- des aides dédiées à la coopération transfrontalière

Dans le cadre de la politique d'allocation de ressources issues des fonds structurels européens, l'objectif « Coopération Territoriale Européenne »⁶¹ du programme de cohésion européenne pour la période de programmation 2007-2013 s'est traduit en Guyane par la mise en place du « Programme Opérationnel de coopération transfrontalière Amazonie » (ci-après POA). Le Conseil Régional de Guyane a été désigné Autorité de gestion de ce programme. A ce titre, il doit gérer l'espace de coopération concerné qui outre la Guyane, inclut le Surinam et les trois Etats brésiliens de l'Amapa, de l'Amazonas et du Para. La participation du FEDER⁶² à ce programme s'élève à 75%, soit 12,8 M€ dans un budget total de 17,1 M€.

Guyacom, dans le cadre de sa stratégie d'internationalisation par une coopération transfrontalière, a pu bénéficier de fonds issus du POA.

En 2008, Guyacom soumet au Secrétariat du POA un projet d'étude de faisabilité de la construction d'une dorsale télécom qui

⁵⁵ L'entreprise doit en effet réintégrer ensuite ce déficit afin d'en pratiquer l'imputation sur les bénéfices réalisés à l'étranger dès que la structure étrangère devient bénéficiaire.

⁵⁶ Articles 199 undecies B et 217 undecies du CGI

⁵⁷ Articles 217 bis et 44 quaterdecies du CGI

⁵⁸ Article 199 undecies B du CGI

⁵⁹ Loi pour le développement économique des outre-mer du 27 mai 2009.

⁶⁰ Article 44 quaterdecies du CGI.

⁶¹ Il s'agit de l'objectif 3, les DOM relevant principalement de l'objectif 1 « convergence ».

⁶² Fonds Européen de Développement Régional.

relierait la Guyane à ses deux pays voisins. En effet, conformément au schéma traditionnel, la Guyane est reliée aux Antilles et à la métropole par un câble sous-marin qui assure le transport de la bande passante nécessaire à toute activité liée à la téléphonie et à l'internet, mais ne dispose d'aucune liaison télécom avec ses voisins immédiats. Concrètement, cela signifie que le signal télécom d'un appel émanant de St Georges en direction de la ville brésilienne d'Oiapoque (située sur l'autre rive du fleuve Oyapock, frontière entre la Guyane et le Brésil) parcourt un trajet qui le conduit à non pas traverser le fleuve, mais l'atlantique⁶³. Il en va de même pour tout appel initié de la ville guyanaise de St Laurent du Maroni à la ville surinamaïse d'Albina.

Conscient que le concept sous-jacent de ce projet était une vision novatrice des enjeux télécom régionaux, structurant pour la géographie et l'économie de la zone, le Conseil Régional de Guyane l'a approuvé.

2.2.3 Une réponse adaptée à des impératifs de politique communautaire

Le lien innovation/internationalisation prend place de façon déterminante dans le débat de la politique régionale européenne en faveur de la Guyane et des choix budgétaires qui en découleront.

La politique de cohésion communautaire qui sous tend le cadre budgétaire 2007-2013 constitue l'axe de développement de la politique régionale européenne et de la politique de coopération transfrontalière. Au titre de cette période (et comme cela était déjà le cas au titre de la période précédente), la Guyane dépend du programme 1 « Convergence » axé sur le rattrapage économique ; l'innovation y a été définie comme un secteur privilégié, une innovation tous secteurs confondus et notamment celle des services en ce sens qu'elle doit constituer une sorte de courroie de transmission du développement économique. Dès lors, d'importantes dotations budgétaires ont été réservées à l'innovation dans le cadre du FEDER. L'innovation est toujours placée au cœur de la stratégie « Europe 2020 » (il s'agit de la continuité du thème de la croissance intelligente issu de la stratégie de Lisbonne) et est perçue ainsi comme un élément de conditionnalité déterminant pour une utilisation rationnelle renforcée des fonds structurels, telle que souhaitée dans l'évaluation qui en sera faite au cours de la prochaine période de dotations budgétaires (2014-2020). Les projets innovants, s'ils bénéficieront d'un soutien renforcé, seront également l'objet d'une exigence accrue dans le rapport entre les moyens déployés et les résultats obtenus.

Mais dans le même temps, il convient de prendre acte des difficultés rencontrées par la Guyane dans l'achèvement de son rattrapage économique, car elle s'éloigne de son objectif de convergence (en témoigne l'aggravation de l'écart de son PIB avec le PIB métropolitain), ce qui fait obstacle à toute possibilité pour elle d'atteindre l'objectif 2 de la politique de cohésion, l'objectif « compétitivité »⁶⁴.

Dès lors, l'internationalisation des PME innovantes devient la carte maîtresse d'un redéploiement économique. Elle permet de contourner les limites du marché intérieur insuffisamment créateur de richesse, en allant conquérir cette valeur ajoutée à l'extérieur, dont les « retombées » viennent alors nourrir l'entreprise au plan local, et dès lors que cette démarche d'internationalisation s'accompagne d'une volonté d'un développement d'ensemble de la structure.

⁶³ Les grandes étapes de ce trajet numérique sont les suivantes : de St Georges à Cayenne, de Cayenne à Paris, de Paris au Sud de l'Europe (fonction de l'opérateur télécom), du Sud de l'Europe au Sud du Brésil (Sao Paulo ou Rio de Janeiro), du Sud brésilien à Belém (capital de l'Etat du Para au Nord du Brésil), puis enfin, de Belém à Oiapoque.

⁶⁴ Compétitivité au sens aptitude à se placer dans des conditions normales de concurrence

. De tels projets sont éligibles au programme 3 de la politique de cohésion « coopération territoriale européenne » (qui englobe la coopération transfrontalière), et deviennent bénéficiaires des fonds alloués (tel le programme opérationnel Amazonie).

Le couple innovation/ internationalisation est alors, au regard de la politique européenne, doublement conforté, soutenu. Les entreprises porteuses de telles ambitions deviennent éligibles aux programmes 1 et 3, et permettent à la Guyane d'afficher une meilleure évaluation dans l'utilisation de ses fonds structurels : elles s'inscrivent par ce double comportement au cœur de la stratégie d'innovation de la politique « Europe 2020 ».

Conclusion

Dans le contexte économique sévère qui est celui de la fin d'année 2011 et vraisemblablement de celle qui suivra, sur fonds de dettes publiques importantes, les entreprises, plus que jamais doivent jouer la carte de l'internationalisation.

Outre les réductions de dépenses publiques, et les départements d'outre-mer sont pleinement concernés par la politique de rabot sur les niches fiscales, un autre facteur d'émergence pour notre économie est la croissance générée par les entreprises privées : il s'agit de maintenir, et mieux de conforter la croissance.

En 2009, se sont déroulés « les Etats généraux de l'outre-mer », vaste chantier de consultations organisées par le gouvernement auprès des acteurs économiques, sociaux et politiques de ces régions, et qui devaient mener une réflexion permettant de définir des orientations concrètes pour un avenir « approprié » (au sens, d'un avenir qui tient compte des spécificités ultra marines) de ces collectivités qui venaient déjà de traverser une crise institutionnelle, économique et sociale.

Lors des conclusions rendues publiques, un concept fut fortement mis en avant, celui de « *développement endogène* », expression, qui doit se comprendre en termes de « développement assumé » c'est-à-dire permettant d'atténuer la dépendance envers les politiques d'aides financières et fiscales de tous ordres, et qu'il ne faut donc en rien opposer à celui de « développement exogène ».

En effet, l'internationalisation de l'entreprise guyanaise, peut devenir un maillon vers ce développement « assumé », de part ses effets induits en termes de valorisation et de croissance de l'entreprise dans son ensemble. L'internationalisation apparaît alors comme la courroie de transmission du développement endogène, qui n'interdit pas que cette croissance se nourrisse « d'un ailleurs », dont la nécessité trouve sa source dans les limites naturelles de cet environnement si spécifique, et se double désormais de la nécessité d'accéder à un « autre » développement.

Les entreprises innovantes disposent à cet égard des meilleurs atouts pour réaliser un déploiement à l'international ; et ce, du fait de la nature de leurs activités, de l'environnement d'accompagnement dont elles peuvent bénéficier et de leur éligibilité appuyée à la politique financière européenne dont elles constituent un axe de développement fort au sein de la politique de cohésion. Mais cette, mutation, quels que soient les appuis dont elle bénéficie, repose avant tout sur une attitude entrepreneuriale extrêmement réceptive à ces opportunités, et farouchement volontaire...

Pour ces entrepreneurs là, et seulement ceux là, le « jeune » et lointain département plus communément perçu à travers ses « handicaps structurels », peut devenir, une terre de potentialités inédites.

ANNEXES



	Guyane Française (INSEE)	France (INSEE)	Suriname (Algemeen Bureau voor de Statistiek)	Amapa (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)	Brésil (source : IBGE)
Population en 2010	232 000	64.7 M	531 000	648 553	185.6 M
Superficie (km ²)	83 534	640 294	163 820	140 276	8.5 M
PIB par habitant (eur)	14 028 (2009)	30 368 (2009)	6 530 (2007)	4 270 (2008)	5920 (2009)
Taux de croissance	3.6% (2009)	1.5% (2010)	5.8% (2007)		7.5% (2010)

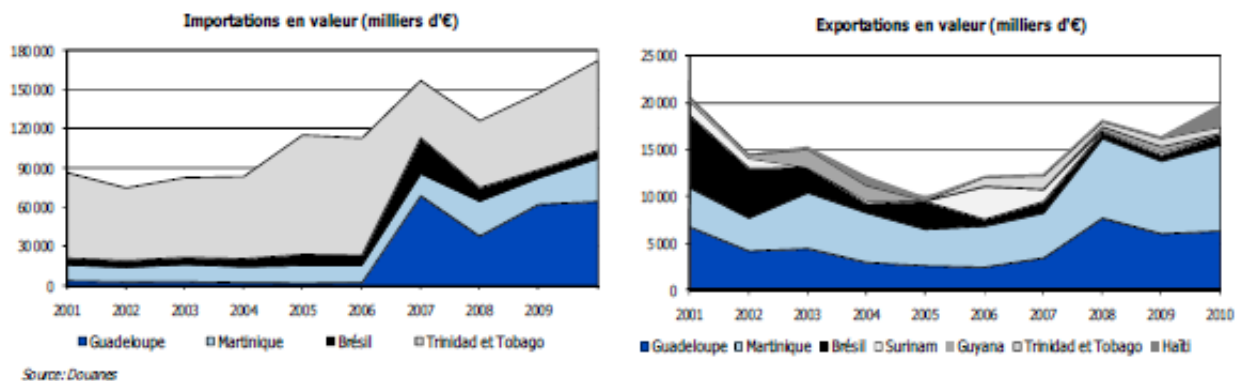
Les aides européennes :

PO 2007-2013

Projets	Crédits ouverts	Crédits engagés au 26/11/2010
	M€	M€ (en % des crédits ouverts)
FEDER	305,2	156,9 (51,4%)
FSE	100,1	49,0 (49,0%)
FEADER	76,5	31,1 (40,6%)
FEP	6,2	2,5 (40,8%)
PO Amazonie*	17,1	14,8 (86,5%)
Total	505,0	254,3 (50,4%)

Source : Rapport annuel 2010 de l'IEDOM

Les échanges commerciaux de la Guyane avec les pays de la région



Source : Rapport annuel 2010 de l'IEDOM

Bibliographie

Aldebert B.; Loufrani-Fedida S., « *Repérer les compétences pour mieux comprendre le processus d'innovation : le cas d'une TPE touristique* », Revue Internationale PME.; vol.2; n°1; 2010

Bacq S.; Coeurderoy R., « *La théorie de l'entreprise à internationalisation rapide et précoce à l'épreuve des faits* », Revue Internationale PME.; vol.23; n°1; 2010; p.91

Baldegger R. J., « *Une perspective entrepreneuriale sur l'internationalisation des PME* », Revue Economique et sociale, n°3 ; septembre 2009, P.71

Baldegger R. J.; Schueffel P., « *Le comportement d'internationalisation des PME suisses. Born global et internationalisation progressive* », Revue Internationale PME; vol.22; n°1; 2009; p.9

Bellon B., « *Innover ou disparaître* », Paris; Economica; 1994

Bréchet JP., Journé-Michel H.; Schieb-Bienfait N., « *Figures de la conception et de l'innovation dans l'artisanat* », Revue Internationale PME; vol.21; n°2; 2008; p.43

Carré D. ; Levratto N. ; « *Place et rôle des PME dans la dynamique de l'innovation ou quand les politiques de soutien aux entreprises font système* », Revue Internationale PME; vol.22; n°1; 2009; p.47

Chanal V., « *Comment accompagner les PME-PMI dans le processus d'innovation ?* », Acte de la XIe Conférence de l'Association internationale de management stratégique; Paris; juin 2002

Communication de la Commission, « *Vers un espace de recherche européen* », SEC (2010) 114 final; 18 janvier 2010

Communication de la Commission, « *Travaillons ensemble pour la croissance et l'emploi : un nouvel élan pour la stratégie de Lisbonne* », COM (2005) 24 final; 2 février 2005

Communication de la Commission, « *Un budget pour la stratégie Europe 2020* », COM (2011)500 final; 29 juin 2011

Communication de la Commission, « *Europe 2020 : une stratégie pour une croissance intelligente; durable et inclusive* », COM(2010) 2020; 3 mars 2010

Communiqué de presse de la Commission européenne, « *Europe 2020 : la Commission propose une nouvelle stratégie économique pour l'Europe* », IP/10/225; 3 mars 2010

Communiqué de presse de la Commission européenne, « *Nouveau tableau de bord de l'Union de l'innovation : l'UE est dépassée par ses principaux concurrents malgré des progrès dans de nombreux états membres* », IP/11/114, 1^{er} février 2011

Depret M.; Hamdouch A.; Monino J.L.; Poncet C., « *Politique d'innovation, espace régional et dynamique des territoires : un essai de caractérisation dans le contexte français* », Cahier d'économie de l'innovation; n°33; 2010/03; p.85

Fort F.; Rastoin J.L. et Temri L., « *les déterminants de l'innovation dans les petites et moyennes entreprises agroalimentaires* », Revue Internationale PME; vol.18; n°1; 2005; p.47

Ghrenassia F.; Chioccarello A., « *La valorisation de la recherche* », Gazette du Palais; n°143; 23 mai 2009; p.43

Khayat I., « *l'internationalisation des PME : vers une approche intégrative* », 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 27-29 octobre 2004, Montperllier

Luong M. H., Leo P.-Y. et Philippe J. (2010), « *Les antécédents de la performance à l'exportation des PME : un modèle hiérarchisant les déterminants, application au Vietnam* », 10ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 27-29 octobre 2010, Bordeaux.

Marchesnay M., « *Petite entreprise et entrepreneur* » in Y.Simon et P.Joffrin (dir.), *Encyclopédie de gestion*; Tome 2; 2^{ème} édition; Paris; Economica; pp 2209-2219

McDougall P.P., Shane S. et Oivatt B.M. "Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research", Journal of Business Venturing, vol. 9, n°6, 1994, 469-488.

Note du Centre d'analyse stratégique, « *Innovation et internationalisation des entreprises françaises* », n°197; Octobre 2010

Rapport OSEO/Ubifrance ; « *le lien innovation-exportation* » ; 2010

Robert F. ; Marquès P. ; Lasch F. et Leroy F., « *Les entrepreneurs dans les technologies de l'information et de la communication, proposition d'une typologie* », Revue Internationale PME; vol.23; n°1; 2010; p.63

Sichtmann C.; Griese I. et Klein M., « *Determinants of the international performance of services, a conceptual model* », Freie Universität Berlin, 2007/17

Torrès O., « *Pour une approche contingente de la spécificité de la PME* », Revue Internationale PME; vol.10; n°2; 1997; p.9