

Préface

Dans un film qui a déjà vingt ans, *New Rose Hotel*, Abel Ferrara décrit une société dans laquelle les grandes entreprises dominent le monde. Elles ont de l'argent, du pouvoir et surtout des compétences pour en user. L'élément-clé de leur succès est le savoir et elles rivalisent farouchement pour générer des produits inédits fondés sur l'innovation. Les nouvelles connaissances sont encore générées par les humains plutôt que par les machines ; les scientifiques et les ingénieurs les plus brillants apparaissent donc comme les ressources stratégiques pour la prospérité des entreprises. Celles-ci supposent, à juste titre, que les individus très créatifs sont susceptibles de générer plusieurs bonnes idées dans leur vie – de vraies poules aux œufs d'or ! Le film décrit justement la tentative d'une société de « voler » le scientifique le plus créatif, le génie de l'époque, à la société concurrente. Mais le scientifique est déjà très bien payé, et il est peu probable qu'il soit attiré par un salaire plus élevé. Ici commence l'intrigue : les gangsters engagés par la société réussiront-ils à persuader un scientifique particulièrement talentueux d'abandonner son entreprise et de rejoindre la concurrence ? Parviendront-ils à obtenir son cerveau en conquérant son cœur ?

Le film évoque plusieurs questions essentielles à l'économie du savoir. Tout d'abord, est-il exact que les ingénieurs et les scientifiques de haut niveau sont l'atout stratégique central des sociétés modernes ? Jusqu'ici, cela est loin d'être le cas. Ceux qui travaillent dans les départements de R&D sont peu susceptibles d'être les salariés les mieux rémunérés de l'entreprise. Les dirigeants des grandes sociétés proviennent de la finance ou du marketing, et, pour eux, être bons dans la gestion de l'argent et dans la vente de produits est plus important que de générer de nouveaux produits et des procédés stimulants. Mais, à l'avenir, cela se produira sans doute moins car les progrès de l'économie de la connaissance donneront plus de poids à ceux qui sont scientifiquement et techniquement compétents, plutôt qu'à ceux qui maîtrisent les astuces des marchés boursiers ou de la publicité.

Deuxièmement, certains individus sont-ils si créatifs qu'ils génèrent plusieurs découvertes et inventions fondamentales au cours de leur vie active ? Cela est déjà le cas, et nous savons que quelques personnes inventives sont en mesure de produire de nombreuses idées. Bach, Mozart et Beethoven ont composé des dizaines de chefs-d'œuvre, et ils ne sont pas des exceptions. Les statistiques sur la paternité des articles scientifiques et des brevets montrent que très peu de scientifiques et d'ingénieurs sont à l'origine de la majorité des résultats à fort impact. Il est donc compréhensible que les entreprises tentent d'employer les meilleurs esprits et la chasse de « tête » est une pratique courante dans la concurrence oligopolistique. Il est très probable que nous observions la présence de chasseurs de tête à proximité des domaines où la créativité est la clé, comme la R&D, le développement et la conception de logiciels. On pourrait penser que le film sous-estime l'importance des équipes et accorde trop de crédit aux génies individuels, mais une surprise à la fin montre que les réseaux de bons inventeurs peuvent être économiquement plus importants qu'un seul scientifique de premier plan.

Troisièmement, le film met en question la vision traditionnelle selon laquelle les personnes très créatives sont uniquement stimulées par le gain financier. Bien sûr, nous savons que les incitations sont essentielles pour garantir le talent des plus doués. Dans le domaine footballistique, le transfert des meilleurs joueurs d'une équipe vers une autre est conditionné par les salaires, mais peut-être que ceux qui possèdent le talent dans leurs têtes, plutôt que dans leurs pieds, sont susceptibles d'être plus sophistiqués et de considérer l'argent au même titre que d'autres aspects de la vie. Les scientifiques travaillant dans les universités et les centres de recherche publics, mais également leurs collègues employés dans le secteur des entreprises accordent une grande importance au milieu intellectuel dans lequel ils évoluent, à la liberté dont ils disposent dans la poursuite de leurs programmes, ainsi qu'à la possibilité de débattre avec leurs collègues, ou bien encore avec des concurrents réels ou potentiels.

Il y a vingt ans, certains observateurs étaient persuadés que la connaissance deviendrait l'atout concurrentiel crucial pour les entreprises. Aujourd'hui, seuls quelques-uns contestent cette approche. Mais pour ceux qui ont encore quelques doutes, cet ouvrage, écrit avec élégance par Blandine Laperche, fournira des arguments convaincants. Ce livre explique clairement comment le capital savoir des entreprises est construit et comment il offre des avantages aux entreprises, ainsi qu'à la société en général. Trois questions sont essentielles dans l'enquête de Blandine Laperche.

La première est la définition de l'innovation. Depuis plusieurs décennies, la tradition schumpétérienne a soutenu que les entreprises innovantes contribuaient au dynamisme de l'économie et étaient en mesure de générer des profits, de l'efficacité et de l'emploi grâce à l'introduction de nouveaux produits et procédés. Les entreprises innovantes ont

été unanimement considérées comme les avant-gardistes du progrès et de la prospérité. Mais la compréhension spécifique de l'innovation apparaît très souvent trop étriquée. Nous avons donc supposé, implicitement plus qu'explicitement, que l'innovation devrait être comprise comme quelque chose de « technologique », et introduite dans les industries « manufacturières ». Certes, pendant de nombreuses décennies, l'industrie manufacturière a fourni nombre de nouveaux produits et procédés qui ont été utilisés et diffusés dans l'agriculture, ainsi que dans les services. Pourtant, il semble restrictif de considérer que la production de l'innovation se limite à la fabrication et que les autres industries ne sont que des utilisatrices. Dans un monde où la plus grande part de l'emploi et de la valeur ajoutée provient des services, cette approche traditionnelle doit être radicalement révisée. Il faut considérer que l'innovation se produit dans un contexte beaucoup plus large, au risque de ne pas comprendre pourquoi certains, qui n'appartiennent pas à l'industrie manufacturière, figurent parmi les plus grands pourvoyeurs d'idées et de brevets récents. Prenons le cas d'IBM, une société âgée de plus d'un siècle, ou Google, entreprise beaucoup plus jeune : toutes deux sont des innovateurs de renommée mondiale en dehors du domaine de l'industrie manufacturière. Sommes-nous prêts à relever le défi et à réviser notre boîte à outils ? Le livre présente précisément l'état de l'art dans ce domaine : nous pouvons être satisfaits des progrès accomplis au cours des dernières décennies afin de produire des concepts et des mesures d'innovation plus complets et plus larges, mais il reste encore beaucoup à faire pour avoir des instruments capables de guider les politiques publiques et les stratégies d'entreprises.

La deuxième question est la forte conviction selon laquelle la création avec succès du capital savoir par les entreprises est enracinée dans un espace économique et social beaucoup plus large. Blandine Laperche s'appuie sur la littérature, sur les systèmes nationaux d'innovation pour souligner le rôle des relations entre les acteurs publics et ceux du marché dans l'accroissement du stock de connaissances. Elle montre que les entreprises fondées sur le savoir ne fonctionnent pas dans le vide, mais plutôt dans un espace fortement peuplé où elles interagissent avec les gouvernements, les universités, les centres de recherche, les utilisateurs et les concurrents. Son approche découle d'une tradition universitaire ancienne et glorieuse, l'École historique française des Annales qui, bien avant que l'économie de l'innovation ne devienne un sujet populaire, avait déjà compris le rôle crucial joué par les interactions complexes entre les institutions et les techniques sociales. En décrivant les limites de l'entreprise, Blandine prend également en compte la manière dont elle a été transformée par la révolution internet. Le modèle d'innovation ouverte, l'un des développements les plus populaires dans le domaine, a pénétré différemment les grandes et petites entreprises et cela a eu des conséquences importantes sur les stratégies d'entreprises. En ce sens, toutes les entreprises pourraient potentiellement profiter des opportunités existantes, mais si elles ne le font pas, il est probable qu'elles seront marginalisées.

La troisième question est la façon dont les entreprises s'ouvrent à la société mondiale. Le capital savoir développé par les entreprises n'est pas suffisant pour soutenir la performance économique. De plus, il devrait être correctement protégé contre les concurrents réels et potentiels sur les marchés internes et surtout sur le marché mondial. Mais les frontières des droits de propriété intellectuelle sont très incertaines : en tant que droit de propriété, la propriété intellectuelle est garantie, protégée et appliquée par les gouvernements nationaux. En dépit de l'harmonisation qui a eu lieu au fil du temps et, notamment, depuis la création de l'Organisation mondiale du commerce, en 1995, chaque nation a ses propres règles et pratiques. Les stratégies des entreprises se développent dans des eaux troubles et la tentative faite dans ce livre de les identifier est précieuse. La possibilité pour les entreprises de défendre leur propre connaissance isolément apparaît de plus en plus incertaine. Blandine suggère qu'une société réellement innovante et couronnée de succès ne devrait pas être obsédée par la protection de ses connaissances, mais plutôt disposée à les partager ; c'est la meilleure façon de progresser dans la courbe d'apprentissage. Placer ses propres connaissances dans un pool commun est souvent le meilleur moyen pour une entreprise de définir des standards qui s'appliqueront à tous. Cela, plusieurs gouvernements, obsédés par la protection de la propriété intellectuelle appartenant à leurs propres nations, ne l'ont semble-t-il pas encore bien assimilé.

La principale leçon à tirer de ce volume dense, bien écrit et bien documenté, est que les entreprises fondées sur le savoir ne sont pas seulement des machines à maximiser les profits, mais également des institutions intégrées dans un tissu social beaucoup plus large. En dépit des nombreuses tentatives faites pour dresser des clôtures autour de ses fruits, la connaissance continuera à bénéficier à une communauté toujours plus grande d'utilisateurs. Marc Bloch l'a déjà enseigné dans les années 1930 avec sa recherche pionnière sur les moulins à eau de la période médiévale et Bertrand Gille dans les années 1970 avec son *Histoire des techniques* très complète. Nous devrions être reconnaissants à Blandine Laperche et à ses collègues du *Réseau de recherche sur l'innovation* de revenir sur ces idées anciennes pour mieux comprendre la société fondée sur le savoir du XXI^e siècle.

Daniele ARCHIBUGI
Italian National Research Council, IRPPS
et université de Londres, Birkbeck College