HAL
open science

Les trajectoires des petites entreprises du numérique et de la création : enjeux des politiques publiques et rôle des acteurs financiers et industriels

Hugo Carcaly

To cite this version:

Hugo Carcaly. Les trajectoires des petites entreprises du numérique et de la création : enjeux des politiques publiques et rôle des acteurs financiers et industriels. Sciences de l'information et de la communication. Université Paris-Nord - Paris XIII, 2022. Français. NNT : 2022PA131080 . tel-04048196

HAL Id: tel-04048196

https://theses.hal.science/tel-04048196

Submitted on 27 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Sorbonne Paris Nord – UFR Sciences de l'information et de la communication – Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication (LabSIC) – Ecole Doctorale ERASME

Hugo CARCALY :

Les trajectoires des petites entreprises du numérique et de la création : Enjeux des politiques publiques et rôle des acteurs financiers et industriels

---

Thèse de doctorat
En vue de l'obtention du grade de Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication

JURY :

Pierre Moeglin, Professeur émerite de sciences de l'information et de la communication, Université Sorbonne Paris Nord, Président du jury
Philippe Bouquillion, Professeur des universités en sciences de l'information et de la communication, Université Sorbonne Paris Nord, Directeur de thèse
Alexandra Saemmer, Professeure des universités en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 8, rapporteur,
Franck Rebillard, Professeur des universités en sciences de l'information et de la communication, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3,
Noëllyne Bernard, Responsable scientifique en entreprise et Présidente d'Ambroise Conseil.

Résumé :

Cette recherche doctorale porte sur les enjeux soulevés par les modalités de financement de 60 TPE (très petites entreprises) et PME (petites et moyennes entreprises) françaises agissant dans les secteurs du numérique et de la création. La réflexion s'est articulée autour de deux niveaux d'analyse. Un premier niveau concernant les caractéristiques et les trajectoires des structures de petite et moyenne taille ayant une activité dans les industries de la culture et/ ou de la communication (ICC) et qui mettent en place des stratégies afin d'obtenir les financements disponibles. De cette analyse ont émergé sept trajectoires, directement liées aux stratégies de financement mises en place par les fondateurs d'entreprises, mais également à d'autres facteurs socio-économiques. Un second niveau d'analyse tient compte des enjeux des politiques publiques en faveur du soutien à l'innovation et à la créativité auquel peuvent prétendre les 60 entreprises étudiées, et dans un même temps, des stratégies mises en place par les acteurs des sphères financières et industrielles en vue de financer et d'acquérir des sociétés agissant dans les ICC. Il apparaît notamment que les politiques publiques (européennes, nationales, et régionales) concentrent les attributions de fonds et définissent des critères d'attribution favorisant des entreprises engageant des investissements dans des projets considérés comme innovants et/ ou créatifs, reléguant les dispositifs de soutien spécifiques aux ICC à un second plan. Cette recherche a également mis en exergue les conséquences des injonctions à l'innovation et à la créativité dans les modes de production, de diffusion, de promotion, et de valorisation des TPE et des PME du numérique et de la création.

Mots clés : Industries de la culture et de la communication, innovation, créativité, valorisation, financement, crédit impôt recherche

Abstract :

This doctoral research deals with the issues raised by the funding modalities of 60 French VSE (very small enterprises) and SME (small and medium enterprises) operating in the digital and creative sectors. Reflexion hinges around two levels of analysis. The first level deals with the characteristics and trajectories of small and medium-sized structures that are active in culture and/or communication industries (CCI) and that put in place strategies to obtain the available funding. From this analysis seven ideal-typical trajectories have emerged, directly linked to funding strategies put in place by business founders, but also to other socioeconomic factors. The second level of analysis takes into account the issues linked to public policies to support innovation and creativity that are available to the 60 businesses under study, and, at the same time, the strategies put in place by the actors of the financial and industrial spheres with a view to finance and acquire companies acting in the CCI. It notably appears that public policies (european, national and regional) concentrate the funding attributions and define the criterias of these attributions, promoting enterprises investing in projects considered as innovating and/or creative, relegating to a second place support systems specific to the CCI. This research also highlights the consequences of the injunctions given to innovation and creativity in the production, the spread, the promotion and the value-creation of VSE and SME in the digital and creative sectors.

Key words: culture and communication industries, innovation, creativity, value-creation, funding, research tax credit

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Noëllyne Bernard, ma responsable scientifique en entreprise, qui m'a accompagnée tout au long de ma thèse. Son expertise sur les questions de financement des entreprises des industries culturelles et créatives, sa connaissance des enjeux et des étapes de la rédaction d'une thèse, et son accompagnement ont été très précieux.
Je tiens également à remercier très sincèrement, Phillipe Bouquillion, mon directeur de thèse, qui m'a soutenu, conseillé, orienté tout au long de ce travail.
Je souhaite aussi dire un grand merci à mes collègues et amies, Martine, Gersende, Jessica, Natacha, Julia pour leur présence et leur bienveillance tout au long de ces quatre années.
Je profite également de ces quelques lignes pour remercier Aurélie, mes parents, mon frère et ma sœur, ainsi que mes amis, parisiens et bordelais, qui ont suivi ce travail avec bienveillance et intérêt.

Mes remerciements s'adressent enfin aux membres du jury qui m'ont fait l'honneur d'accepter de lire et de juger ce travail, à l'ANRT qui a financé cette recherche, et aux membres du LabSIC, qu'ils soient doctorants ou enseignants, pour leurs conseils et leur bienveillance.

Table des matières

Résumé : 2

Abstract :.....3

Remerciements.....4

INTRODUCTION GENERALE 8

ETAT DE L'ART/ CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE 10

- Au niveau des petites entreprises : 21
- Au niveau des pouvoirs publics : 22
- Au niveau des modèles socio-économiques à l'œuvre dans les filières des ICC : 25

QUESTION CENTRALE 26

HYPOTHESE CENTRALE 28

SOUS HYPOTHESES 29

METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE 30

PLAN DE LA THESE 35

PARTIE I° Les caractéristiques des petites entreprises des industries de la culture et de la communication aidées et soutenues, dans le cadre des dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la créativité 37

CHAPITRE 1 : Enjeux et articulations des notions d'industries culturelles, industries de la communication, industries créatives, entreprises innovantes dans le cadre du financement des activités 40

CHAPITRE 2 : Le risque et l'incertitude auxquels sont exposés les petites entreprises du numérique et de la création..... 61

CHAPITRE 3 : Les stratégies pour limiter le risque et gérer l'incertitude, et les caractéristiques des fondateurs qui pèsent sur l'obtention des aides et sur la valorisation 72

CONCLUSION PARTIE 1 : Les caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création et les stratégies des fondateurs afin d'obtenir les financements disponibles..... 103

PARTIE II° : Les politiques publiques en faveur du financement des petites entreprises : des enjeux stratégiques liés à l'accompagnement de la « créativité », de « l'innovation » dans les industries culturelles.....105

CHAPITRE 1 : Les petites entreprises du numérique et de la création et les dispositifs fiscaux de soutien à la R&D et à l'innovation : financement de la croissance, du progrès technologique et création d'emplois ? 113

CHAPITRE 2 : Rôle des acteurs industriels et de la sphère financière dans la trajectoire des petites entreprises françaises du numérique et de la création 153

CHAPITRE 3 : Dans quelles mesures les dispositifs de financement de l'innovation et de la création mis en place par les institutions européennes, nationales et régionales concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux au sein des petites entreprises du numérique et de la création ? 183

CONCLUSION PARTIE 2 : Le Crédit Impôt Recherche, le dispositif le plus adapté aux petites entreprises du numérique et de la création, et également un instrument d'attractivité pour les investisseurs étrangers ? 210

PARTIE III° Conséquences des politiques publiques et des fonds d'investissements sur la trajectoire des petites entreprises, et sur l'évolution des filières et des modèles socioéconomiques 216

CHAPITRE 1 : Effets des dispositifs publics de financement de l'innovation et de la créativité dans l'industrialisation et de la financiarisation des secteurs du numérique et de la création . 217

CHAPITRE 2 : Un système de financement qui déplace la valeur des petites entreprises vers l'extérieur des filières 238

CONCLUSION PARTIE 3 : Financement public et privé de la recherche, de l'innovation et de la créativité : quels enjeux pour l'avenir ? 254

CONCLUSION GENERALE 257

BIBLIOGRAPHIE 265

Bpifrance Création, JEI - Jeune entreprise innovante, consulté le 06/09/2021, ... 275

ANNEXES 279

Annexe 1 : 280
Annexe 2 : 289
Annexe 3 : 300
Annexe 4 : 305
Annexe 5 : 312
Annexe 6 : 317
Annexe 7 : 318
Annexe 8 : 320
Annexe 9 : 321
Le tableau ci-dessus montre l'école/ l'université ayant délivré les diplômes obtenus par les fondateurs des 60 petites entreprises étudiées 321
Annexe 10 : 323
Annexe 11 : 324
Annexe 12 : 325
Annexe 14 327
Annexe 15 328
Annexe 16 : 328
Annexe 17 : 329

INTRODUCTION GENERALE

Cette recherche doctorale sur le financement des petites entreprises[1] des industries de la culture et de la communication (ICC) a été entamée en octobre 2018 en contrat Cifre[2]. La première question qui a été posée était celle du rôle de la notion d'innovation dans les différentes transformations à l'œuvre dans les filières des ICC. Tant du point de vue des modes de production, de création, de diffusion, de promotion, voire de valorisation, l'innovation semblait omniprésente. Le premier travail consistait donc en la déconstruction de cette injonction qui s'insère dans des mouvements sociaux, économiques et politiques plus globaux tels que la libéralisation et la mondialisation, mais également la place importante du numérique dans les organisations. Cependant, dès les premiers mois passés au sein de l'agence Ambroise Conseil, spécialisée dans le financement de l'innovation j'ai été confronté à plusieurs difficultés empiriques et surtout théoriques.

Premièrement, les archives de l'agence m'ayant accueilli pendant trois années possèdent une importante diversité d'entreprises et d'activités. Certaines structures répondent en effet à des caractéristiques des industries culturelles, d'autres des technologies de l'information communication, une partie des industries créatives, et certaines encore de plusieurs filières à la fois. Les contours de ces différentes catégories seront définis plus tard. J'ai alors décidé d'entamer la constitution du terrain de recherche sans donner une place centrale à l'appartenance sectorielle. Avec l'aide de mon directeur de thèse et de ma responsable scientifique en entreprise, nous avons présélectionné 60 entreprises parmi toutes celles accompagnées par l'agence depuis sa création en 2003. Lors de ce premier tri, plutôt que de focaliser sur l'activité culturelle des entreprises, nous avons sélectionné des structures de petite voire de très petite taille, ayant une activité dans le numérique ou les TIC (technologies de l'information et de la communication).

Dans un second temps, j'ai commencé à saisir un ensemble de données fiscales et comptables issues des archives de l'agence et portant sur le financement des 60 structures sélectionnées. Ces entreprises sollicitent un accompagnement de la part d'Ambroise Conseil afin d'obtenir les financements publics disponibles en faveur de la recherche et de l'innovation.

Les premières caractéristiques communes aux 60 structures ont commencé à émerger :

- toutes les entreprises bénéficient ou avaient bénéficié d'avantages fiscaux sous la forme d'un ou plusieurs crédits d'impôts (crédit d'impôt recherche, innovation, jeux vidéo, collection, ou métiers d'art),
- contrairement à ce que j'imaginais avant de commencer cette recherche, peu d'entreprises bénéficiaient des aides publiques émanant d'acteurs comme la Banque Publique d'Investissement (BPI France), le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), et le ministère de la Culture,

[1] L'expression « *petites entreprises* » sera employée tout au long du manuscrit. Elle est utilisée pour définir l'ensemble des 60 entreprises qui composent le terrain de cette recherche doctorale mais ne correspond pas aux catégories d'entreprises utilisées dans les rapports officiels. Ces structures ont en effet pour caractéristiques communes d'être de petite taille ou de taille moyenne (moins de 250 salariés), d'avoir été créées entre 2004 et 2020, d'avoir une activité dans les secteurs du numérique ou de la création, et d'avoir été accompagnées par un même cabinet de conseil en financement, Ambroise Conseil, dans l'obtention de financements publics à la création, à l'innovation, et à la R&D.

[2] Cifre signifie « convention industrielle de formation par la recherche »

- enfin, il semblait que le recours au financement par la levée de fonds n'était pas systématique et reposait sur des critères qui m'étaient alors étrangers.

Afin de mieux comprendre les enjeux liés au financement public et privé de l'innovation et des industries culturelles et créatives, je me suis penché sur les critères d'éligibilité des différents dispositifs auxquels pouvaient prétendre les 60 entreprises de mon panel, ainsi sur les stratégies mises en place par les fondateurs en vue d'obtenir ces financements. Les injonctions à l'innovation technologique et à la créativité sont apparues comme centrales et communes à l'ensemble des dispositifs publics de soutien à disposition des petites entreprises étudiées, qui toutes, semblent chercher à bénéficier des aides à l'innovation.
Ainsi, les petites entreprises étudiées déploient des moyens humains, matériels, et financiers afin de collecter, traiter, et analyser des données de tout type, de compresser et de numériser des supports, et mènent d'autres projets, dits de « recherche expérimentale[3] » qui leur permettent d'obtenir des financements publics. Cependant, face à la diversité des activités exercées par les entreprises de mon terrain, et face à la pluralité et la plasticité des dispositifs de soutien public, je n'ai pu que constater que la thématique de l'innovation est convoquée par les acteurs bénéficiaires mais aussi par les opérateurs des dispositifs d'aide pour rassembler des situations et des cas extrêmement hétérogènes. Ces premiers éléments ont largement contribué aux difficultés de bornage rencontrées en début de thèse. Ces difficultés ont été accentuées par l'inopérante distinction entre industries culturelles, industries communicationnelles, et industries créatives à l'œuvre pour distinguer et catégoriser les entreprises composant mon terrain. Si l'appartenance sectorielle semble efficace lorsque l'on s'intéresse aux grandes entreprises des industries de la culture et de la communication, elle semble inopérante dès qu'il s'agit d'entreprises de petite, voire très petite taille telles que celles étudiées dans ma recherche. Plus que l'appartenance à une filière définie par des caractéristiques précises, ce qui semble se jouer dans le cas des petites et très petites entreprises, est davantage en lien avec d'un côté les stratégies des entreprises en vue d'obtenir des financements publics, et d'un autre côté, les stratégies mises en place par les pouvoirs publics en vue de financer de la croissance économique, de nouveaux emplois et des dispositifs socio-économiques innovants. Cette pré-hypothèse s'est accentuée avec les entretiens menés avec des acteurs du financement et des fondateurs dont les entreprises constituent le terrain de ma recherche. Se sont alors matérialisées des stratégies en vue d'obtenir les financements publics disponibles, pas toujours liées aux objectifs initiaux des dispositifs et faisant apparaître des effets d'aubaine. Ces effets d'aubaine semblent notamment liés à la pénétration des nouvelles technologies dans les filières des industries culturelles. C'est donc autour de ces différentes questions et thématiques que j'ai orienté la construction de mes lectures et de mon cadre théorique.

[3] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6486-PGP.html/identifiant=BOI-BIC-RICI-10-10-10-20-20210713 consulté le 21/02/2021

ETAT DE L'ART/ CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE

Un premier travail de recherche a été effectué afin de définir l'appartenance sectorielle des 60 entreprises, et d'étudier en quoi les diverses tentatives de caractérisation de ces industries peuvent renvoyer à la question de l'innovation. Certaines structures semblent ainsi agir dans les industries culturelles, d'autres dans les industries de la communication, et certaines répondent davantage aux caractéristiques des industries créatives.

1. Les industries culturelles ou industries de la culture

Un des premiers ouvrages marquant, *Capitalisme et industries culturelles* paru à la fin des années 1970 (Huet, Ion, Lefèbvre, Miège, Peron, 1978), constitue la première recherche consacrée aux industries culturelles en France. L'emploi du pluriel pour qualifier les industries culturelles en 1978 témoigne selon George, d'un changement notable avec « *l'industrie culturelle* » systématiquement critiquée par Theodor Adorno et Max Horkheimer. Ainsi, en 1964, Adorno écrivait :

> *« Dans toutes ses branches on confectionne, plus ou moins selon un plan, des produits qui sont étudiés pour la consommation de masse et qui déterminent par eux-mêmes, dans une large mesure, cette consommation. Les diverses branches se ressemblent de par leur structure ou du moins s'emboîtent les unes dans les autres. Elles s'additionnent presque sans lacune pour constituer un système. Cela grâce aussi bien aux moyens actuels de la technique qu'à la concentration économique et administrative (Adorno, 1964, p.12) »*

Il s'agit selon Miège et al. de traiter les industries culturelles non pas comme un ensemble homogène, mais plutôt comme un « *ensemble très différencié* » (Huet et al.,1978, p. 155). C'est la question du niveau de « *reproductibilité* » des biens culturels qui s'avère la plus opérante pour distinguer les enjeux propres à chacune des filières des industries culturelles :

> *« 1. Les produits reproductibles n'impliquant pas l'intervention de travailleurs artistiques, essentiellement des appareils. Les situations de monopole ou d'oligopole y sont ultradominantes comme dans bien d'autres secteurs ;*
> *2. Les produits faiblement reproductibles, par exemple les estampes auxquelles un chapitre est consacré. Ce sont souvent les petits capitaux qui sont présents ici et en lien avec le fait que les tirages sont la plupart du temps modestes et les moyens mobilisés pour ce faire sont artisanaux. Toutefois, cela ne signifie pas pour autant que le capital bancaire n'est pas susceptible de s'intéresser à un moment quelconque à ce secteur ;*
> *3. Les produits reproductibles supposant l'intervention de travailleurs artistiques. C'est ici que la situation apparaît « très complexe, sinon confuse » (1978, p 161). Cette catégorie renvoie au disque, au livre, au cinéma et à l'audiovisuel. Ici, le capital monopoliste n'est pas omniprésent mais sa place tend George un « milieu » d'élaboration de connaissances dynamique 7 à croître. In fine, « l'artisanat et le petit capital, loin de disparaître, maintiennent et renforcent leurs positions dans plusieurs secteurs (conception enregistrement de disques-réalisation audiovisuelle) » (1978, p. 28), remettant ainsi en cause l'idée de la disparition plus ou moins rapide mais systématique de la petite production culturelle au profit de la structure monopolistique. Quelles en sont les raisons ? Les auteurs répondent à cette interrogation dans les termes suivants : Ces structures prétendument « archaïques » occupent simplement une*

place particulière dans un système de production culturelle articulé et contrôlé par le capital monopoliste : elles investissent des secteurs se prêtant malaisément à l'organisation d'un processus de production « banalisé » et dont la rentabilité n'est pas assurée (1978, p. 28).[4] »

Ces trois niveaux de définition conduisent à une liste d'activités correspondantes aux industries culturelles relativement large et très diversifiée. Lacroix J-G (1986), précise que :

« devrait être considérée comme une industrie culturelle toute activité de production, distribution et diffusion de produits culturels, symboliques (donc intégrant du travail culturel), organisée selon les principes de séparation producteur-produit et conception-exécution et de la division technique du travail (parcellisation des tâches) [5]»

Les secteurs ainsi concernés par les premières définitions des industries culturelles sont, en 1986, les suivants :

« La télévision, la câblo-distribution, la radio, les nouveaux services d'information relevant de la télématique, les télécommunications, l'édition, l'imprimerie, les journaux et périodiques, le spectacle (danse, musique, théâtre, cabaret...), le sport (principalement professionnel), les expositions, le cinéma, la vidéo, la micro-informatique (surtout du côté software), les galeries d'art et boutiques d'artisanat, la publicité, la photographie… (1986, p. 9). »

Cependant, il semble important de préciser que ces différentes définitions sont anciennes, antérieures au déploiement Tic et ensuite du numérique, elles ne peuvent donc pas saisir les problématiques et les enjeux spécifiques aux 60 entreprises étudiées dans cette recherche.
Les structures qui nous intéressent, bien qu'elles puissent répondre d'enjeux de marchandisation d'une activité culturelle, notamment dans les secteurs de l'édition, des journaux et périodiques, de la télévision, des télécommunications et de la micro-informatique, ont tendance à davantage valoriser – dans leurs dossiers justificatifs d'éligibilité aux dispositifs de soutien, auprès de leurs clients et partenaires, et auprès des investisseurs potentiels - le développement de briques technologiques que leur activité de marchandisation de la culture. La très grande majorité des 60 entreprises étudiées dans cette thèse a été créée après 2004, de fait, les définitions plus récentes des industries culturelles semblent mieux à même de décrire les mouvements à l'œuvre et notamment celles qui tiennent compte des enjeux liés à la pénétration des Tic. Cela est le cas de Tremblay (1990), pour qui :

« Les industries culturelles peuvent donc être définies comme l'ensemble en constante évolution des activités de production et d'échanges culturels soumises aux règles de la marchandisation, où les techniques de production industrielle sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise de plus en plus sur le mode capitaliste d'une double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution. De ce double procès de séparation résulte une perte croissante de contrôle des travailleurs et des artistes sur le produit de leur activité.[6] »

[4] La théorie des industries culturelles : un « milieu » d'élaboration de connaissances dynamique - Canadian Journal of Communication Vol 39 (2014) 1-17 2014 Canadian Journal of Communication Corporation
[5] Ibid.
[6] Tremblay, G. (1990), « Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada »

De son côté, George E. (2014), a quant à lui, décrit les spécificités des industries culturelles auxquelles semblent correspondre les entreprises de mon panel :

> *« les industries culturelles présentent des spécificités en termes de valorisation, d'industrialisation et de marchandisation. Elles n'en font pas moins partie du système capitaliste.*[7] *»*

Le développement de briques de R&D et/ ou d'innovation est à l'œuvre dans toutes les entreprises étudiées, y compris celles répondant des secteurs cités par Miège en 1986. Un des objets de cette recherche est d'étudier l'impact des développements techniques et des briques d'innovation sur la trajectoire des entreprises du numérique et de la création, leurs modalités de financement, et de manière plus globale, sur l'organisation des filières.

Plus récemment, Miège (2006) souligne, au sujet des industries culturelles et informationnelles, que de « *nouvelles dispositions* » sont à l'œuvre pour renforcer l'intensité « *de la marchandisation des produits culturels industrialisés* » ayant pour conséquence directe de faire de ces industries « *des industries de pointe*[8] *».* Cependant, cette tendance opérante soulignée par Miège est le fait d'acteurs de grandes tailles tels que le groupe Lagardère. Les grandes sociétés sont traversées par des enjeux de transnationalisation de l'activité, de développement de synergies industrielles, et le lieu de conflits et de négociations. Ces nouvelles dispositions en faveur du développement de « t*echnologies de pointe* » au sein des filières des industries culturelles sont-elles également à l'œuvre au sein des petites voire très petites entreprises ? Je tenterai de répondre à cette interrogation tout au long de ma recherche.

2. Les industries de la communication

Les mouvements de marchandisation et d'industrialisation à l'œuvre au sein des industries culturelles tels que soulignés par Tremblay (1990), s'intensifient avec l'intégration de ces filières aux « *sphères de l'information et de la communication*[9]*».* C'est une des premières apparitions des industries de la communication dans les recherches en SIC. L'utilisation de la notion d'industries de la communication est directement liée à l'évolution des pratiques de consommation de la culture, qui nécessite l'utilisation de canaux de communication, et participe de l'intensification de la marchandisation et de l'industrialisation des activités culturelles. Lacroix J-G et Tremblay (1997), affirmaient que :

> *« la valeur emblématique et paradigmatique des industries de l'information, de la culture et de la communication »* était un élément central *« dans le développement du capitalisme contemporain. »*

La définition des industries de la communication englobe les télécommunications, l'informatique et le web, la fabrication de matériels électroniques. Ces industries auraient un important potentiel de croissance et sont perçues - toujours selon Tremblay - notamment par

[7] Ibid 5.

[8] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/07-2009A-Actes-de-Douala-Miege.pdf consulté le 21/12/2021

[9] Tremblay, G. (2008), « Industries culturelles, économie créative et société de l'information » Global Media Journal -- Canadian Edition, 1(1), 65-88.

les autorités publiques, comme des *« secteurs de pointe qui assureront la revitalisation de l'ensemble du tissu économique* [10] *»*.

Bouquillion (2016) de son côté, souligne que les industries de la communication disposent *« d'une plus grande puissance financière et industrielle »* et que, contrairement aux acteurs des industries culturelles, elles *« n'investissent guère dans la production de contenus. »* Un des objets de cette recherche est d'étudier si ces tendances sont toujours à l'œuvre aujourd'hui ou si les stratégies d'investissement des industriels de la communication concernent d'autres objectifs que les contenus.
Au sujet des industries de la communication, Miège écrit que le groupe des industries culturelles ne fonctionne pas de façon isolée, il est de plus en plus relié avec d'autres grands secteurs industriels, et particulièrement avec les industries des réseaux (les télécommunications, etc.) et les industries de matériels (outils informatiques grand public permettant de traiter ou d'accéder à des images, des sons, etc.).

> *« les acteurs des industries de la communication cherchent à légitimer leurs stratégies souvent agressives en direction des contenus culturels et informationnels et des acteurs qui les produisent et qui en détiennent les droits. Leurs stratégies ont consisté à articuler leurs offres respectives avec des contenus sans contribuer au financement de la production des contenus, voire sans obtenir d'autorisation de la part des détenteurs des droits. Ces stratégies ont d'ailleurs parfois été jugées illégales, comme par exemple celles de Google vis-à-vis d'entreprises de presse*[11] *»*

Les chercheurs en SIC se sont penchés sur les acteurs transnationnalisés et les groupes des industries de la communication. Pour Bouquillion, Miège et Moeglin (2015) certaines stratégies d'acteurs tels que celles des GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft) sont conduites, parfois de manière agressive, envers les producteurs de contenus. Ces stratégies ont généré des problèmes pour ces derniers, et notamment une moindre valorisation et le fait que les ressources disponibles pour les dépenses artistiques baissent significativement.
Bouquillion (2005) s'intéresse également aux stratégies d'internationalisation et de financement mises en place par les « *pôles* » des industries de la communication. Il questionne les mouvements de libéralisation, de financiarisation et de centralisation du capital à l'œuvre et constate qu':

> *« En France en particulier, bien que les liens avec l'État demeurent, l'influence des acteurs financiers internationaux s'accroît.* [12] *»*

Le rôle de l'État et des guichets de financement public, et également le rôle des acteurs financiers, nationaux, et internationaux qui investissent dans les TPE (très petites entreprises) et PME (petites et moyennes entreprises) du numérique et de la création est l'objet de ma seconde partie. Plusieurs entreprises parmi les 60 étudiées ont vu entrer dans leur capital des acteurs industriels voire se sont vendues à des pôles ou des groupes industriels évoqués par

---

[10] Ibid.
[11] Bouquillon P, Miège B, Moeglin P, (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16/3B, p.17 à 26
[12] Bouquillion P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, (nº 131), p. 111-144.

Bouquillion, dans le cadre de stratégies d'acquisition. Des acteurs français à dimension internationale tels que Mediapost Communication (groupe La Poste), Capgemini, Orange ont ainsi investis ou achetés des structures analysées, à différents stades de développement et à des montants très divers. Cependant, les mouvements à l'œuvre sont-ils les mêmes que ceux évoqués par Bouquillion ? Qu'est-ce-qui se joue réellement dans le cadre de ces opérations ? Je tenterai, dans la partie II de ce manuscrit, de mesurer l'influence des acteurs financiers et industriels dans la trajectoire des petites entreprises françaises, et d'étudier les tendances liées aux mouvements de financiarisation et de concentration.

3. Les industries créatives

Bouquillion, Miège et Moeglin (2015) situent l'émergence de la notion d'industries créatives au Royaume-Uni, en 1983, sous la gouvernance de Margaret Thatcher :

> *« Les Think Tanks du New Labour, reprenant des réflexions engagées avant eux sous le gouvernement Thatcher, ont été parmi les premières instances à privilégier la dimension individuelle de la créativité et à la lier à une perspective entrepreneuriale. Néanmoins, l'injonction à une créativité appliquée à la gestion des entreprises est pour une part la reprise de propositions plus anciennes.* [13]*»*

La proposition centrale des industries créatives repose, selon Bouquillion, sur :

> *« des savoirs et des savoir-faire complexes, supposément spécifiques à un territoire donné, ces activités présenteraient un fort ancrage territorial, produiraient une importante valeur ajoutée et, enfin, seraient hautement créatrices d'emplois.* [14]*»*

La notion d'industries créatives a connu un succès très important au début des années 2000. Tant du côté des politiques publiques que des discours d'experts, la créativité est une construction ou une « proposition idéologique » pour reprendre les termes employés par Bouquillion. Très liée aux nouvelles technologies, elle est porteuse d'espoirs de croissance économique, d'importantes créations d'emplois, et de compétitivité internationale. L'injonction à la créativité est portée au niveau le plus élevé des politiques publiques suivant une trajectoire similaire à celle de la « société de l'information », de la « société de la connaissance » et, plus encore, de l' « économie immatérielle ». Bouquillion souligne que :

> *« L'ampleur du déploiement des discours relatif à la créativité, aux industries et à l'économie créatives est d'autant plus surprenante que les activités liées aux Tic sont d'une taille économique et financière bien supérieure à celle des activités culturelles.* [15]*»*

A la notion floue de créativité se greffe la notion floue d'innovation. Bouquillion, Miège et Moeglin (2015) soulignent que la confusion entre industries culturelles et industries créatives profitent aux industries de la communication :

---

[13] Bouquillon, P., Miège, B., & Moeglin, P. (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité. » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, 16, 17-26.

[14] Bouquillion, P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [En ligne], Vol. 4

[15] Ibid 14.

« L'intérêt stratégique que revêt pour les acteurs des industries de la communication la confusion entre industries culturelles et industries créatives, les acteurs des industries culturelles perdant la place centrale qui était historiquement la leur dans la production culturelle. »

Ainsi, dans certains rapports officiels,

« Les industries créatives ne sont alors plus considérées comme un secteur à soutenir, mais comme une source d'innovation et de créativité.[16] »

Du côté des pouvoirs publics, la créativité est, comme l'innovation, très fortement liée aux NTIC. Ce sont bien les activités technologiques qui sont les plus lucratives, largement plus que les activités culturelles. La promotion des industries créatives par les politiques publiques doit donc stratégiquement englober les nouvelles technologies et l'innovation.

« Les tailles des marchés et celles des principaux acteurs industriels au regard des chiffres d'affaires, des taux de bénéfices et, plus encore, de la valorisation boursière sont sans commune mesure à l'avantage des industries de la communication.[17] »

La promotion des industries créatives a eu, entre autres conséquences, de créer une forme de confusion au sein des dispositifs de soutien et de financement. La créativité et l'innovation sont devenus des critères d'éligibilité à part entière sans mesure des conséquences sur la réorganisation des filières et au nom de la création d'emplois et de la croissance économique. Or, peu d'études ont montré les effets de ces injonctions à l'innovation et à la créativité sur le développement des petites entreprises des industries de la culture et de la communication.
Diverses conceptions de la notion d'innovation circulent parmi les acteurs socio-économiques et les acteurs institutionnels. La diversité des discours en fait une notion indigène et avec une multitude de définitions, au service d'enjeux et de stratégies d'acteurs. Dans cette recherche, je n'ambitionne pas d'apporter une définition circonscrite de l'innovation, mais davantage de l'appréhender comme un positionnement nourri par des stratégies d'acteurs et au cœur d'enjeux et de tensions, à la fois du côté des pouvoirs publics, des acteurs de la sphère financière, et des fondateurs de petites entreprises.
Dans une étude menée en 2010, Bouquillion et Le Corf précisent eux que dans les rapports internationaux portant sur la promotion des industries créatives, semble émerger une volonté politique de favoriser les articulations entre innovation technologique et créativité :

« Les rapports s'intéressent aussi à l'articulation entre innovation technologique et créativité et notamment aux transferts entre ces domaines : comment favoriser la créativité dans les processus d'innovation technologique ? [18]»

Ces articulations répondent d'enjeux économiques majeurs, tant les nouvelles technologies apparaissent comme rémunératrices. Les budgets publics, à l'instar des acteurs de la sphère financière vont alors avoir tendance à davantage privilégier le soutien aux projets d'innovation qu'aux projets dits créatifs :

---

[16] Ibid 14.

[17] Ibid 14.

[18] Bouquillion, P., & Le Corf, J. B. (2010), « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens » Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication, Paris.

« De même, dans de nombreux rapports, il est constaté que les entreprises, le secteur financier, mais aussi les politiques publiques reconnaissent et soutiennent plus l'innovation que la création.»

Dans certains rapports internationaux, une définition de l'innovation, en lien avec les industries créatives semble se dessiner autour de la mise en place de « *nouveaux procès de travail, avec des logiques de gestion de projet et de transversalité.* [19] »

Au sein des petites et très petites entreprises des industries créatives, les rapports officiels étudiés par Bouquillion et Le Corf, et notamment allemands, affirment « *que la capacité à innover est liée à la dimension créative* ». De fait, il y aurait une forme de dépendance des grandes entreprises à l'égard des petites dans l'intégration d'un processus d'innovation :

« le rapport officiel allemand explorant les spécificités socio-économiques des industries créatives met en avant l'interdépendance entre grandes, moyennes, petites et même micro entreprises. Les petites structures sont envisagées comme un vivier de travail qualifié, comme des incubateurs d'innovations, y compris d'innovations dans le management, le savoir-faire et l'organisation, qui seront ensuite réemployées dans les grandes entreprises [20]»

La recherche en SIC a ainsi mis en exergue le contexte socio-économique d'émergence de la notion d'innovation. Cette notion est centrale dans les réflexions relatives aux industries créatives. Elle transcende les secteurs d'activités et est fortement liée à la notion de créativité. Garnham (2005) souligne l'ambiguïté du lien entre les deux notions :

« I would want to argue that the shift to creative industries has been the attempt to capture the current prestige of this theory of innovation, and the very general concept of "creativity" that accompanies it, for a sector and a group of workers to whom it does not really apply[20] »

Les acteurs publics intensifieraient donc volontairement les articulations entre les industries culturelles et l'innovation technologique dans une logique économique issue de la théorie de Schumpeter pour qui l'innovation est perçue comme une importante source de retombées économiques pour le pays (contribution au PIB, à la croissance), de création d'emplois, et d'outil central de la compétitivité.
Du côté des dispositifs de soutien public à l'innovation, les critères retenus sont issus des définitions proposées par le Manuel d'Oslo de l'OCDE, l'INSEE, et les hypothèses de Schumpeter sur la « *notion de destruction créatrice* ». Pour l'économiste,

« l'économie est gouvernée par un phénomène particulier : la « destruction créatrice ». C'est « la donnée fondamentale du capitalisme et toute entreprise doit, bon gré mal gré, s'y adapter ». La croissance est un processus permanent de création, de destruction et de restructuration des activités économiques. En effet, « le nouveau ne sort pas de l'ancien, mais à côté de l'ancien, lui fait concurrence jusqu'à le nuire ».

[19] Ibid.

[20] Garnham, N. (2005), « From cultural to creative industries» International Journal of Cultural Policy,11:1,15 — 29

Ce processus de destruction créatrice est à l'origine des fluctuations économiques sous forme de cycles.[21] »

Derrière cette notion sont associées celle de l'idée « *d'innovation radicale* », de changement de paradigme, donc de changement radical. Le flou mais aussi la puissance évocatrice de la notion d'innovation est décuplée au sein des politiques publiques.
Le crédit impôt innovation (CII) se fonde ainsi exclusivement sur la définition de l'innovation du manuel d'Oslo de l'OCDE qui rassemble les « *principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation* » :

> *« Une innovation désigne un produit ou un processus (ou une combinaison des deux) nouveau ou amélioré qui diffère sensiblement des produits ou processus précédents d'une unité et a été mis à la disposition d'utilisateurs potentiels (produit) ou mis en œuvre par l'unité (processus).* [22]»

L'INSEE a, quant à elle, retenue une autre définition de ladite innovation pour mener à bien des études quantitatives :

> *« L'innovation désigne l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale.*[23] »

Au sein des rapports institutionnels de l'OCDE et de l'INSEE étudiés, deux grandes catégories d'innovation sont régulièrement opposées : les innovations de « produits » (biens ou services) et les innovations de « procédés » (incluant les innovations d'organisation et de marketing). Plus précisément :

- *L'innovation de produits inclut les changements significatifs de design et les biens ou services numériques. Elle exclut la revente en l'état de nouveaux biens ou services et les changements de nature esthétique ;*
- *L'innovation de procédés concerne la production et les méthodes de développement, la logistique et la distribution, le système d'information et de communication, les tâches administratives et la comptabilité, l'organisation des procédures, la gestion des relations avec les fournisseurs, l'organisation du travail, les processus de décision, les ressources humaines, le marketing, l'emballage, la tarification et le service après-vente.*

Schumpeter, auteur de référence en économie et très régulièrement convoqué par les experts, les consultants et les entrepreneurs, désigne-lui l'innovation comme regroupant :

> « *les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transports, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle* ».

Les auteurs partageant l'approche économique de Schumpeter, qu'il s'agisse d'universitaires ou de consultants, se focalisent selon Le Corf (2015) sur :

---

[21] https://www.economie.gouv.fr/facileco/joseph-schumpeter consulté le 21/03/2021
[22] Ibid 10.
[23]https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1182#:~:text=L'innovation%20d%C3%A9signe%20l'introduction,%C3%A9labor%C3%A9s%20par%20l'unit%C3%A9%20l%C3%A9gale.&text=l'innovation%20de%20produits%20inclut,les%20biens%20ou%20services%20num%C3%A9riques. Consulté le 20/12/2021

> *« l'efficacité des dispositifs de soutien à l'entreprenariat dit « créatif ». Inspirés d'une théorie schumpétérienne de l'innovation, ils défendent l'idée que l'innovation, qui aurait ici une dimension « créative » et qu'il s'agirait de renouveler en permanence, participe à la croissance et à l'économie territoriales* [24]*».*

Badillo (2013) souligne que l'approche Schumpétérienne de l'innovation est :

> *« un modèle linéaire car il considère que l'innovation est avant tout le résultat de la science et de la technologie. Joseph A. Schumpeter est l'auteur clé à l'origine d'une telle approche. Il définit l'innovation comme de nouvelles combinaisons : introduction d'un produit nouveau ou ayant une qualité distincte, d'une nouvelle méthode de production, conquête de nouveaux marchés géographiques, approvisionnement à travers de nouvelles sources de matières premières ou de biens semi-manufacturés, mise en place d'un nouveau management dans l'industrie* [25]*»*

Pour Garnham (2005), les pouvoirs publics, notamment européens, mobilisent la théorie Schumpétérienne de l'innovation y compris dans leur politique de soutien aux industries culturelles et créatives. L'innovation technologique et les logiques entrepreneuriales issues du capitalisme sont devenues les indicateurs centraux de la créativité :

> *« It should be noted here for our purposes that the model of innovation, its risks and rewards maps well onto the cultural/creative industries, but in the general Schumpeterian vision that now underpins much national and European Union economic policy under the "information society" label focused on innovation, innovation systems and national competition for the comparative advantage that successful innovation supposedly creates, it is technological innovation that is the focus and it is entrepreneurs and technologists who are the "creative" drivers.* [26] *»*

Au cours de mes lectures sur le financement public de l'innovation, l'année 1983 est apparue significative à plusieurs égards. Le principal dispositif fiscal de financement de l'innovation a été mis en place en 1983 par le gouvernement de Pierre Mauroy afin de renforcer les dépenses de R&D des entreprises françaises. Le CIR (crédit impôt recherche) a depuis été « sanctuarisé[27] » et le montant de son enveloppe a été porté à presque 7 milliards d'euros en 2019. Plusieurs réformes fiscales ont apporté des modifications au CIR depuis 35 ans. Le dispositif s'est progressivement imposé comme l'outil principal du financement de l'innovation et de la recherche en France et répond à des enjeux de transformation des politiques publiques en lien avec la promotion des nouvelles technologies de l'information-communication (NTIC), dans tous les secteurs économiques, et y compris dans les industries culturelles. Le renouvellement technologique et son financement massif sont envisagés par les pouvoirs publics comme :

---

[24] Le Corf, J. (2013), « Industries créatives » et « économie créative » : de la conception de notions opératoires au référentiel d'action publique locale. Communication & langages, 1(1), 79-93. https://doi.org/10.4074/S0336150013011058

[25] Badillo, P. (2013), Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel. Les Enjeux de l'information et de la communication, 1(1), 19-34. https://doi.org/10.3917/enic.014.0019

[26] Ibid 18.

[27] « c'est-à-dire le rendre permanent, sans réfléchir à sa suppression ou sa reconduction » Ibid 2.

« un vecteur de renouvellement de leurs missions, de leurs modalités d'intervention et de leur positionnement les uns par rapport aux autres (entre les différents niveaux territoriaux en particulier). Autour des Tic, les pouvoirs publics tentent de redéfinir leur rôle par rapport aux habitants, administrés et usagers et par rapport aux forces du marché. Ils tentent également de renouveler leur communication. Les Tic apparaissent, vers la fin des années 1990, comme un secteur emblématique du maintien d'une capacité d'action de l'Etat, capacité qui semble menacée de toutes parts, en particulier face aux forces œuvrant sur des marchés présentés comme concurrentiels, mondialisés et dont les orientations s'imposeraient aux états nationaux. [28]*»*

C'est également en 1983 qu'a été créé l'IFCIC (L'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles) à l'initiative des ministères de la Culture et de l'Économie et des Finances, et notamment par Jack Lang. Il s'agit d'un :

« *Établissement de crédit spécialisé dans le financement du secteur culturel. Sa mission d'intérêt général est de faciliter l'accès au crédit des entreprises et associations des secteurs culturels et créatifs. L'IFCIC propose deux solutions de financement : la garantie bancaire et le prêt.* [29]»

A l'origine de cet investissement, l'État en collaboration avec les établissements financiers et bancaires, souhaite marquer son engagement et son soutien aux acteurs des industries de la culture :

« Qu'il s'agisse de l'édition musicale, de la communication audiovisuelle, du livre ou des arts plastiques, l'IFCIC sera l'instrument privilégié d'un soutien aux petites et moyennes entreprises innovantes dans un secteur à haut risque jusque-là très négligé. [30]*»*

Enfin, l'année 1983 est également marquée par une commande du gouvernement Thatcher, d'un rapport officiel intitulé *Making a business of Information :*

« Les industries liées aux Tic et à la créativité sont présentées comme le secteur le plus porteur de croissance. Le rapport souligne, en outre, que les deux priorités de l'action publique doivent être, d'une part, de promouvoir la formation et l'efficacité des travailleurs créatifs et, d'autre part, de faire observer les lois sur la propriété intellectuelle, maillon clef de la valorisation. [31] *»*

Une des questions abordées dans cette recherche concerne le rôle des politiques publiques dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création depuis 1983.
Ont-elles un rôle structurant dans les déploiements technologiques et industriels ou accompagnent-elles les stratégies des acteurs privés en leur facilitant la tâche sur le plan financier ? Ce travail de recherche a été entamé par une analyse des enjeux liés aux notions de créativité et d'innovation en trois temps et sur trois niveaux. Tant du côté des petites entreprises, que des pouvoirs publics, et des modèles socio-économiques, la créativité et

[28] Bouquillion P. (2016), « Introduction au supplément – Numérique et industries culturelles, une approche communicationnelle», *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/3A
[29] http://www.ifcic.fr/images/documents/ifcic-presentation.pdf consulté le 10/12/2021
[30] https://www.lemonde.fr/archives/article/1983/10/04/reconnaissance-des-industries-culturelles_2832889_1819218.html consulté le 10/12/2021
[31] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

l'innovation sont mobilisées très régulièrement mais dans des acceptations et des objectifs parfois très divergents.
Plusieurs auteurs, dont Bouquillion (2012), ont déjà procédé à l'interrogation des notions d'économie créative et d'industries créatives dans un cadre théorique, mais également au niveau des politiques publiques. Ces deux notions apparaissent comme très largement mobilisées mais très peu, voire pas du tout définies, « *ni par les acteurs concernés ni même par une partie des chercheurs qui les mobilisent* [32]». Pour Moeglin et Tremblay (2012, page 193), il existe un contraste :

> *« entre, d'un côté, l'amplification et la multiplication de ces références et, de l'autre côté, la faiblesse des notions et modèles organisationnels auxquels elles font appel* [33]*»*

Plusieurs tensions entourent les notions d'industries créatives et d'économie créative. Un premier niveau concerne les origines de la notion. Pour George (2012, page 52),

> *« un accord semble toutefois trouvé sur ses origines [de la notion d'industries créatives], britanniques, et sur des motivations concernant une mobilisation d'ordre sociopolitique visant à justifier un soutien des pouvoirs publics à certaines activités économiques »*

Un second niveau de tension est lié au lien ambigu entre les industries et l'économie créatives d'un côté, et les industries culturelles de l'autre. Pour les auteurs de l'ouvrage collectif, il semble s'opérer un mouvement de remplacement des industries culturelles par les industries créatives entretenu par les pouvoirs publics et certains acteurs académiques, sous l'impulsion d'experts et consultants. Toussaint (2012, page 62), souligne que ce remplacement s'opère :

> *« afin d'obtenir, en contrepartie, l'appui de l'État et de dissimuler la nature capitaliste et néo-libérale des stratégies de sortie de crise* [34] *»*

La notion d'innovation intervient également dans les mouvements de rapprochement des industries culturelles et créatives. Très liée au développement du numérique et des transformations technologiques, la notion d'innovation est de plus en plus présente dans l'ensemble des dispositifs de soutien public aux ICC et traduit un « ensemble de propositions idéologiques technico-déterministes » :

> *« Ces mouvements sont présentés comme inséparables du développement du numérique, envisagé à la fois comme porteur d'un ensemble de transformations des conditions de création, production, diffusion, promotion et valorisation et comme vecteur d'un ensemble de proposions idéologiques techno-déterministes. Ces propositions survalorisent la créativité individuelle, que rendraient possible les techniques numériques, au détriment de la prise en compte des déterminants organisationnels et économiques des activités de création.*[35] *»*

Les différentes notions d'innovation, numérique et industries créatives sont mobilisées avec récurrence dans les rapports officiels et au sein des politiques publiques. Regroupées dans un

[32] Bouquillion P. (dir.) (2012), « Creative Economy, Creative Industries : des notions à traduire » Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes
[33] Ibid.
[34] Ibid.
[35] Ibid.

vaste ensemble peu différencié, il est presque impossible de définir avec précision et clarté chacune des catégories évoquées. Ce flou semble entretenu par les acteurs eux-mêmes et déstabilise les pratiques établies au sein de chaque filière :

> *« Les injonctions à la créativité déstabilisent donc les pratiques habituelles et privilégient la nouveauté technique, parfois au détriment même des innovations artistiques et culturelles.*[36] *»*

Malgré ce flou sémantique et l'apparente plasticité des dispositifs publics de soutien aux filières, une tendance se dégage tout de même : la nouveauté et le renouvellement technologiques sont privilégiés par les acteurs des ICC afin de bénéficier des financements publics disponibles, au détriment des activités culturelles.
Ce mouvement peut s'observer à trois niveaux auxquels correspondent les trois parties de cette recherche doctorale :

- Au niveau des petites entreprises :

Pour Moeglin, les discours idéologiques sur la créativité sont des « *récits enchantés et enjolivés* ». Ces discours permettent de justifier de leur capacité à surmonter « *des crises qui auraient pu leur être fatales* », mais également d'obtenir de l'argent public. Cependant, mon étude montre que les dispositifs de soutien, malgré leur pluralité, leur plasticité, et le flou qu'ils entretiennent autour des définitions de l'innovation, ne financent pas toujours ce que Bouquillion (2012) nomme des « *trajectoires fulgurantes* » caractérisées par une très forte croissance et valorisation et un nombre important d'emplois créés. Même si plusieurs entreprises de mon panel répondent des caractéristiques de ces trajectoires fulgurantes (*Deezer, Cafeyn* – anciennement nommé *Le Kiosque.fr, Meero,* ou encore *JellySmack)* et ont bénéficié des dispositifs de soutien public à l'innovation, il semble que ce soit autre chose qui se joue au niveau du financement public des petites entreprises et que les références à la créativité et à l'innovation s'apparentent davantage à ce que Moeglin (2015) nomme :

> *«(…) un miroir aux alouettes, voire un stratagème pour orienter les financements, notamment les financements européens, vers des projets n'ayant pas forcément toute l'utilité sociale requise.*[37] *»*

Du côté de la recherche en SIC, l'innovation est appréhendée comme étant au cœur des enjeux de convergence entre les industries culturelles et les industries créatives. Cette notion n'est cependant jamais abordée en dehors des enjeux socio-économiques étudiés. Elle est généralement mobilisée avec les « *notions de changements technologiques (en particulier ceux qui découlent de la numérisation) (…) d'information, de réseaux, de connaissance et d'apprentissage* [38]» pour symboliser les mouvements de renouvellement technologique permanent à l'œuvre dans les ICC. Tremblay (2008) parle de « *construction idéologique* » dès lors qu'il évoque la notion de créativité en lien avec les industries de la culture.

---

[36] Bouquillon P., Miège B., Moeglin P., (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité » , Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°16/3B

[37] Mœglin, P. (2015), « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité. » Communication & langages, 185, 49-66. https://doi.org/10.4074/S0336150015013058

[38] Tremblay, G. (2008), « Industries culturelles, économie créative et société de l'information. » Global Media Journal: Canadian Edition, 1(1).

La construction idéologique autour de la créativité englobe également celle d'innovation, considérée comme la « *valeur centrale des théories sur la société de l'information, qui constituent le cadre général d'interprétation dominant des changements sociétaux en cours* [39]».

Tremblay (2008), souligne également que cette :

> *« opération idéologique présente donc toutes les apparences de la cohérence. Tant qu'on se satisfait de notions abstraites et qu'on se soucie peu de leur adéquation à la réalité.*[40] *»*

Ce qui corrobore l'idée du flou de la définition de l'innovation, au profit de stratégies, tant du côté des acteurs publics du financement, que des entreprises des ICC. Moeglin (2012), lie l'innovation aux « *stratégies singulières* » à l'œuvre dans les industries de la culture et de l'information, en vue de gérer d'importantes incertitudes induites par le nécessaire renouvellement des talents et des idées.

- Au niveau des pouvoirs publics :

De très importantes enveloppes sont allouées chaque année au financement de l'innovation et de la recherche développement (R&D). Les dispositifs de crédit d'impôt recherche et innovation (CIR et CII) représentent ainsi plus de 7 milliards d'euros en 2020 afin d'accroître « *la compétitivité de l'appareil productif français* » et « *d'inciter les entreprises à embaucher du personnel de formation et d'expérience scientifique*[41] ». Ce dispositif fiscal est la source de financement privilégiée des petites entreprises étudiées dans le cadre de cette recherche et participe du renouvellement technologique à l'œuvre dans les filières des ICC. Nous le verrons dans la première partie de ce mémoire, l'éligibilité aux dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation et à la R&D est un enjeu décisif du développement voire de la survie, dans certains cas, des petites entreprises du numérique et de la création. Mais du côté des politiques publiques, la place toujours plus importante donnée à l'innovation ne servirait-elle pas surtout *« à alimenter l'idéologie masquant de profondes tensions au cœur de l'activité économique en général et particulièrement des secteurs directement concernés.* [42]*» ?* D'autres hypothèses et interrogations sont nées de l'étude des dispositifs publics de soutien auxquels prétendent les petites entreprises. L'importance des budgets alloués au financement de l'innovation se fait inéluctablement au détriment d'autres secteurs d'activités. J'ai notamment pu appréhender la relégation au second plan des dispositifs émanant du ministère de la Culture, du CNC et de l'IFCIC (Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles) qui semblent beaucoup moins plébiscités par les petites entreprises étudiées, que les financements en faveur de l'innovation. Et si le CIR apparaît comme une mesure complémentaire aux modalités d'accompagnement offertes par l'IFCIC, qui se concentre sur l'accompagnement et la garantie bancaire des entreprises des industries culturelles, une tendance émerge d'après les résultats de l'étude : aucune des 60 petites entreprises n'a été accompagnée par l'IFCIC, alors que la totalité d'entre elles a bénéficié d'un Crédit d'Impôt. Un des objets de ma recherche est de comprendre pourquoi des acteurs comme l'IFCIC n'interviennent pas dans les entreprises de mon échantillon. Est-ce parce que ces entreprises ne sont pas des industries culturelles ? Ou parce

---

[39] Ibid.
[40] Ibid 21.
[41] https://www.innovestis.fr/credit-impot-recherche/c-est-quoi-le-cir/#:~:text=Cet%20outil%20a%20pour%20vocation,formation%20et%20d'exp%C3%A9rience%20scientifique. Consulté le 22/05/2021
[42] Ibid 13.

est-ce parce que la garantie d'emprunt est une modalité de financement peu usitée ? Il s'avère que la seconde hypothèse a pu être testée tout au long de ce travail de recherche, et que plusieurs éléments de réponse ont pu être apportés. Du côté des fondateurs, il semble notamment que dans leur stratégie de financement ils vont avoir tendance à privilégier des moyens de financements de leur activité autres que les garanties bancaires ou les prêts de l'IFCIC. Et, que du côté de l'IFCIC, les conditions d'attribution des financements ne correspondent pas nécessairement aux activités et aux caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création.

Mes lectures sur le financement de la R&D dans les ICC ont également mis en exergue l'existence potentielle « *d'effets d'aubaine* ». Les projets de développement technologique menés par les petites entreprises des industries culturelles correspondent-ils réellement aux critères d'éligibilité des dispositifs de soutien de l'innovation et de la R&D ? La citation de Moeglin (2012) permet de mieux comprendre la problématique du financement de ces structures :

> *« Le manque de capacité innovatrice fragilise d'ailleurs bien des micro-acteurs de l'édition, de la musique enregistrée, de la presse et du jeu vidéo* [43]*»*

Dans quelle mesure et pour répondre à quels objectifs les pouvoirs publics tolèrent-ils ces effets d'aubaine ? Ces interrogations m'ont accompagné tout au long de ces trois années et des éléments de réponses seront apportés dans cette thèse.

Bouquillion et Le Corf (2010) notamment, ont, dans leur étude des rapports officiels portant sur les industries créatives, apporté des premiers éléments de réponse :

> *« Moins qu'un vaste plan d'aides publiques aux entreprises créatives, impossible à mettre en place, l'enjeu est de faciliter l'accès aux dispositifs d'aides publiques existants, d'en créer éventuellement de nouveaux plus adaptés aux spécificités des industries créatives (objectifs limités à l'aide à l'innovation et à la créativité) et de faciliter l'accès des entreprises créatives au système financier et bancaire.* [44] *»*

Cependant, les écrits abordant la question du financement de l'innovation sont rares dans les sciences de l'information-communication. Quelques références existent sur le financement des NTIC. Les chercheurs du CRICIS (Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société) se sont notamment intéressés à :

> *« l'étude des mutations des industries culturelles et médiatiques marquées par l'innovation technologique, de nouveaux modèles de financement, des mouvements de concentration de la propriété des médias, la convergence autour des "nouveaux médias" et des propositions d'organisations économiques alternatives* [45] *»*

Millerand (2008) a mené une étude des discours qui accompagnent les innovations. Pour elle :

> *« Les discours qui accompagnent les innovations portent très souvent la marque du déterminisme technique; la technique se voit conférée des valeurs intrinsèques (progrès, modernité, etc.) et est présentée comme le remède aux maux de la société les plus divers. L'analyse de ces discours ne permet en rien d'expliquer l'usage social*

[43] Moeglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? »

[44] http://www.observatoireomic.org/pdf/1110743245Bouquillion_LeyCorf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf consulté le 20/10/2020

[45] George E. (2012), « La théorie des industries culturelles : un « milieu » d'élaboration de connaissances dynamique » Canadian Journal of Communication, Vol 39

d'une technologie, mais elle permet en revanche de montrer en quoi ces discours participent de la construction de l'identité des objets techniques et comment ils contribuent à la construction d'une certaine image des usagers[46] »

L'imaginaire autour de la technologie et de l'innovation aurait participé, selon Millerand, et selon Lacroix, à la constitution d'un usager « hyperactif », « libre » et « autonome ». Ce discours :

> *« laisse percevoir toute l'importance de la charge symbolique dont sont investis les objets technologiques et témoigne de la prégnance des mythes reliés à une technique salvatrice dans les représentations collectives.* [47]»

Cependant, Millerand ne s'intéresse pas non plus aux enjeux du financement de l'innovation.
Pour trouver des données en SIC sur le financement de l'innovation, des NTIC, et/ ou du numérique dans les ICC, il faut s'orienter vers des rapports officiels par secteurs d'activités. La plupart de ces rapports souffre d'un manque de données chiffrées ou s'intéressent aux modalités de financement d'acteurs de très grandes tailles ou à une filière spécifique.
Cela est notamment le cas pour Farchy et Moreau (2016, page 4) qui ont mené un travail de collecte *« des données agrégées sur le financement de l'amont par les acteurs numériques de l'aval*[48] » mais ces auteurs ont été confrontés au « *secret fiscal* » et au manque d'informations communiqués par les acteurs. Ce rapport officiel propose un état des lieux des dispositifs de soutien à l'industrie cinématographique et audiovisuelle, notamment l'étude des différentes taxes mises en place par le CNC. Un des résultats de l'enquête est l'inégale répartition des financements entre les acteurs de la filière :

> *« les acteurs numériques auraient contribué au financement de l'amont à hauteur de 956 millions d'euros en 2014, dont 40% via des financements contraints et 60% via des financements contractuels »*

Mes lectures du côté des sciences économiques et des sciences de gestion sur la question du financement de l'innovation m'ont conduit vers un rapport de Bessière et Stéphany (2015). Les auteurs soulignent l'importance de « *la fonction économique du financement* » :

> *« L'enjeu est important parce que, au-delà de ceux liés aux innovations elles-mêmes, leur sélection est réalisée par le financement. Sans capital, une idée, aussi innovante soit-elle, ne peut se développer. Ainsi, la fonction économique du financement n'est pas seulement d'apporter des fonds à un projet, mais bien d'en opérer la sélection.*[49]»

Cependant, il est ici question du financement de l'innovation par les acteurs de la sphère privée, en l'occurrence, celle des « *apporteurs en capitaux* », tels que les *business angels*, les fonds d'investissement et les plateformes de crowdfunding. La lecture d'auteurs comme Bessière et

---

[46] Millerand, F. (2008), « Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2e partie). » *Commposite*, *3*(1), 54-73.
[47] Ibid 33.
[48] http://la-rem.eu/wp-content/uploads/2017/03/Economie-nume%CC%81rique-financement-de-la-cre%CC%81ation.pdf consulté le 20/12/2021 L'économie numérique de la distribution des œuvres et le financement de la création

[49] Bessière, V., & Stéphany, É. (2015), « Le Financement de l'innovation. Nouvelles perspectives théoriques et pratiques » Bruxelles, De Boeck Université.

Stéphany (2015), confirme que la question du financement de l'innovation est quasi systématiquement traitée dans le cadre de grandes, voire très grandes entreprises, françaises mais surtout internationales. Cette recherche porte sur les petites structures du numérique et de la création et permettra d'apporter un nouvel éclairage aux enjeux du financement de l'innovation.

- Au niveau des modèles socio-économiques à l'œuvre dans les filières des ICC :

Les allers retours entre les lectures dans les différentes disciplines ayant traité des questions de financement de l'innovation, et l'étude de terrain me laissent à penser que la réalisation d'une classification des 60 entreprises par secteurs d'activités n'est pas opérante. Ces petites structures répondent de plusieurs caractéristiques et questionnent les modèles socio-économiques définis par les différents auteurs en SIC. Les données fiscales et comptables collectées pendant près de trois ans ont permis de définir sept trajectoires de développement des petites entreprises du numérique et de la création. Ce sont les montants issus des différents dispositifs publics : subventions et avances remboursables à l'innovation et à la R&D, prêts à taux zéro, CIR, CII, et autres crédits d'impôts qui ont d'abord été répertoriés. Et, dans un même temps, ce sont les chiffres d'affaires, résultats nets, montants des fonds propres, nombre de salariés, nombre de « *chercheurs* » et autres données liées à l'activité de l'entreprise qui ont été collectées. Enfin, dans un dernier temps, j'ai ajouté des données concernant les levées de fonds (montants et investisseurs). La question de la place des investisseurs dans la trajectoire des entreprises du numérique et de la création a été étudiée par des auteurs en SIC.
Dans « *Capitalisme et financiarisation des industries culturelles* » (2005), C. Pradié évoquait déjà le rôle des « sociétés de capitaux » dans les secteurs du livre et de l'audiovisuel en affirmant que ces sociétés possèdent :

> *« une liberté de manœuvre qui correspond à l'indépendance de leurs capitaux.»*

Les secteurs évoqués par Pradié n'étaient pas traversés par des enjeux de numérisation mais les acteurs à l'œuvre semblent sensiblement les mêmes que ceux qui interviennent dans les petites entreprises du numérique et de la création étudiées ici. Si Pradié a étudié l'impact de l'augmentation de capital dans la trajectoire de grandes firmes des industries culturelles, cette recherche s'intéresse aux très petites, petites, et moyennes entreprises du numérique et de la création.

QUESTION CENTRALE

Dans les premiers mois du contrat CIFRE j'ai voulu me confronter assez frontalement à la question de l'emploi et de l'activité des salariés dans les entreprises dites « innovantes ». L'idée centrale qui animait ma recherche était de mettre en exergue d'éventuels effets d'aubaine ou de « dérives » du financement de la R&D et de l'innovation. La démarche initiée de collecte des montants d'aides publiques obtenues par les 60 entreprises étudiées (CIR, CII, JEI, Aides Bpi France, aides régionales, aides émanant du CNC etc.) et, dans un même temps, du nombre d'emplois et de la typologie des emplois créés (techniciens, chercheurs, communicants, contrats CIFRE, « jeunes docteurs », etc.) avait pour objectif principal de répondre à la question :

> *« L'activité et l'emploi au sein des entreprises innovantes dans le secteur des TIC : véritable innovation ou rationalisation économique ? »*

Cette démarche ne s'est pas révélée opérante, tant ce qui semblait se jouer au travers des aides à l'innovation ne relevait pas uniquement de la création d'emplois qualifiés. Ce sont les trajectoires de développement des entreprises sur plusieurs années qui semblent influencées par les financements obtenus. Après avoir répertorié les données fiscales et comptables des 60 entreprises et traité les résultats, j'ai tenté d'affiner ma question centrale :

> *« Quels sont les enjeux des dispositifs de financement public des entreprises dites « innovantes » et les tendances liées à l'activité et à l'emploi qui s'en dégagent ? Comment se matérialise le positionnement "innovant" dans les TPE/ PME des secteurs de la création et du numérique en France ? »*

Les allers-retours entre l'étude empirique et les lectures d'auteurs en SIC, tels que Bouquillion, Miège, Moeglin, Pradié, Tremblay, etc. m'ont alors permis de structurer davantage les enjeux liés à ma recherche. Derrière l'obtention des différents financements publics et privés, se jouaient certainement des stratégies mises en place par les fondateurs ou les dirigeants des petites entreprises. J'ai alors mené une dizaine d'entretiens avec des fondateurs d'entreprises et avec des acteurs du financement de l'innovation. Ces échanges semi-directifs ont confirmé une des hypothèses de départ : revendiquer un positionnement innovant – y compris quand l'activité répond à la définition des industries culturelles – permet de mieux « valoriser » son entreprise. J'ai ainsi identifié des caractéristiques spécifiques des petites entreprises étudiées qui ne correspondaient pas nécessairement aux caractéristiques des industries de la culture et de la communication, ni aux NTIC. La question centrale alors formulée est la suivante :

> *« Quelles sont les caractéristiques spécifiques des petites entreprises aidées dans le cadre de dispositifs dits « de soutien à l'innovation » ?*

Néanmoins, cette question centrale se concentrait sur les spécificités et les stratégies des entreprises mais n'intégrait pas les enjeux des politiques publiques en faveur du financement de l'innovation et de la R&D. Or, la réalisation de l'état de l'art et du cadre théorique, ainsi que l'étude approfondie des différentes trajectoires issues du terrain ont confirmé l'importance des financements publics dans le développement des petites entreprises. Au sein des autres disciplines comme en gestion et en économie, la question du financement de l'innovation est davantage traitée sous l'angle du rôle structurant des financeurs privés tels que les *business angels* et les fonds d'investissement. En SIC, c'est la question des évolutions des politiques

publiques en lien avec l'évolution des filières qui est l'objet principal des recherches sur les ICC et les TIC. Les thèmes du numérique, de l'innovation, et de la créativité sont traités dans leur dimension socio-économique et englobent les acteurs publics et privés. Les trajectoires issues de mon terrain ont mis en avant tant le rôle structurant des financeurs publics, que ceux de la sphère privée, en lien avec l'ambition innovante ou créative. Dans ma volonté d'englober l'ensemble de ces enjeux et thématiques, j'ai formulé la question centrale suivante :

> *« Quels sont les enjeux des dispositifs dits de « soutien à l'innovation », à la recherche et au développement et à la « création » dans la structuration des trajectoires des « petites » entreprises aidées et, en amont, quelles sont les caractéristiques des petites entreprises des industries culturelles et de la communication qui pèsent sur l'obtention des aides ? »*

Un des objets de cette recherche est d'apporter de nouvelles perspectives aux tensions liées à la promotion de l'innovation dans les filières des industries culturelles et créatives par les acteurs publics et privés. Les résultats de l'étude de terrain, les entretiens menés, et la lecture de Garnham (1995) notamment, montrent que les NTIC, les politiques publiques et les petites entreprises du numérique et de la création interagissent et sont reliées autour d'enjeux sociétaux et économiques. La question centrale précédemment citée ne tenait que peu compte de ces interactions et des enjeux socio-économiques à l'œuvre. Sur la base des entreprises étudiées dans cette recherche, j'ai choisi de montrer que les stratégies des entreprises, et en particulier celles qui leur permettent d'obtenir des financements dans le cadre des dispostifs de soutien à l'innovation, ont peu à voir avec les diverses définitions données en économie-gestion à la notion d'innovation. Pourtant, ces entreprises actives dans le numérique voire la culture ont également peu à voir avec les définitions académiques des notions d'industries culturelles, de la communication et créatives. Pour traiter de cette double inadéquation, j'ai proposé de réintégrer la question des emplois créés et de la croissance qui sont deux des objectifs principaux de la plupart des dispositifs de financement public de l'innovation dans ma question centrale. Ainsi, la version définitive de la question centrale est la suivante :

> *« Dans quelle mesure les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ? »*

La question ainsi formulée, englobe l'ensemble des thèmes et tensions abordés dans cette recherche doctorale et lie les pouvoirs publics, les petites entreprises et les enjeux socio-économiques à l'œuvre.

HYPOTHESE CENTRALE

Les allers retours quotidiens entre mes lectures et les données fiscales et comptables des 60 entreprises du panel, ainsi que l'étude des parcours des fondateurs ont également eu pour conséquence la proposition de nombreuses propositions d'hypothèses centrales et de sous hypothèses.
La toute première version de l'hypothèse centrale était la suivante :

> *« Ce qui se joue dans le financement de l'innovation n'est pas tant l'innovation (au sens commun : développement d'entreprises entraînant de la disruption) mais plus un accompagnement du changement et une gestion du risque dans divers secteurs économiques dans lesquels les transformations des modes de création, production, diffusion, valorisation, promotions liées elles-mêmes à divers mouvements plus globaux dont la libéralisation et la mondialisation, à l'importance prise par le numérique dans les organisations. »*

Cependant, cette première version portait uniquement sur les dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D – notamment le CIR – et ne s'intéressait pas aux stratégies mises en place par les entreprises et les fondateurs en vue d'obtenir ces financements. La première version de l'hypothèse manquait de clarté et n'intégrait pas les enjeux liés à la R&D et à la créativité, qui sont apparus comme centraux dans les différentes trajectoires de mon terrain. De plus, après avoir collecté les données chiffrées relatives au financement des 60 entreprises, j'ai étudié les parcours antérieurs et postérieurs des fondateurs. Les diplômes obtenus, les expériences entrepreneuriales, les lieux d'implantation des sièges sociaux en fonction du lieu d'obtention du diplôme ont ajouté des niveaux d'analyse supplémentaires à prendre en considération dans les stratégies à l'œuvre.
Quels sont les diplômes permettant de lever des fonds plus systématiquement ? Les fondateurs dont c'est la première expérience entrepreneuriale privilégient-ils toujours le recours aux dispositifs de soutien public ? Existe-t-il des stratégies dans l'implantation géographique de l'activité ? Ces différents questionnements se sont ajoutés aux précédents et ont conduit à la réécriture de l'hypothèse centrale :

> *« L'enjeu principal des dispositifs publics dits de soutien à l'innovation et à la R&D n'est pas de corriger les inégalités de départ des fondateurs et des entreprises, mais tendent à favoriser les activités dont l'objectif principal est de faire de la R&D au détriment des projets relevant de la « création » et de la « créativité ».*

Cette hypothèse, en cours, jusqu'à la rédaction de cette introduction, ne tenait néanmoins pas compte des enjeux centraux liés à la stratégie des entreprises, ni des effets d'aubaine liés aux dispositifs publics, ni encore de la plasticité et la pluralité des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D. De fait, la version définitive de l'hypothèse centrale est la suivante :

> *« La pluralité et la plasticité de certains dispositifs de soutien, en lien avec le caractère flou et pluriel de la notion d'innovation favorisent des stratégies et des « effets d'aubaine[50] » de la part des entreprises qui s'emparent de ces dispositifs avec des*

[50] *En économie, un effet d'aubaine est un résultat indésirable et malencontreux d'une action économique.*
Dans le cadre du CIR et en lien avec l'emploi, les « effets d'aubaine » sont caractérisés par une augmentation *« des dépenses de personnel hautement qualifié et en R&D (...) mais nettement inférieur à l'augmentation des aides reçues, notamment à partir de 2008. »*

objectifs très différents. Du recrutement de chercheurs, à d'importants investissements dans le développement commercial et le marketing, en passant par l'achat de matériel informatique, les aides publiques servent à financer des projets parfois très divergents.»

Cette hypothèse centrale a pu être testée tout au long de l'étude de mon terrain. En effet, j'y reviendrai dans la partie suivante sur la méthodologie de la recherche, mais un des apports principaux de cette recherche doctorale concerne la mise en lumière de sept trajectoires dans lesquelles s'inscrivent les 60 entreprises du numérique et de la création étudiées. Ces trajectoires permettant notamment d'expliquer certaines différences dans les stratégies et objectifs des politiques publiques de soutien à l'innovation.

SOUS HYPOTHESES

De l'hypothèse centrale précédemment évoquée, ont émané deux sous hypothèses :

1. La première concerne le fait que certaines caractéristiques socioéconomiques des entreprises et des fondateurs peuvent peser sur l'obtention des financements publics et sur la capacité à lever des fonds :

- une entreprise co-fondée par un diplômé d'école d'ingénieur et d'école de commerce, communication, ou marketing a davantage de chance d'obtenir des financements publics et de rassurer des investisseurs,
- les fondateurs issus de formation en commerce ou entrepreneuriat sont davantage à même de solliciter un accompagnement par des tiers (cabinets de conseil notamment) que les fondateurs issus de l'université,
- les fondateurs d'entreprises dans les industries culturelles et de la communication n'ont pas nécessairement de diplômes spécifiques à ces disciplines, mais sont issues de formation de commerce et/ ou d'ingénieur.

2. Les politiques publiques de soutien à la R&D et à la créativité ne sont pas structurante dans la distinction entre les différentes filières des industries culturelles, des industries communicationnelles et les industries créatives. Ces politiques publiques sanctionnent les projets relevant du renouvellement technologique permanent plutôt que les projets relevant de la « créativité » et les projets dont l'objectif est la création d'emplois et la croissance économique.

Ces deux sous hypothèses constituent le plan de cette recherche doctorale, j'y reviendrai plus tard.

METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Présentation de la recherche et du cadre scientifique

Les quatre années passées au sein de l'agence Ambroise Conseil, dans le cadre du contrat Cifre, en tant que consultant-doctorant, m'ont permis de prendre part au montage des différents dossiers de financements de la R&D, de l'innovation et de la « créativité ». J'ai ainsi pu participer à l'entreprise d'accompagnement et de conseil réalisée par Ambroise Conseil et ses consultants depuis la création du cabinet en 2003.
J'ai pris part à la rédaction des dossiers dits « techniques et scientifiques » nécessaires à l'identification de l'éligibilité des petites entreprises accompagnées dans le cadre des différents dispositifs fiscaux de financement, tels que le Crédit d'Impôt Recherche (CIR), Innovation (CII), Métiers d'art (CIMA), ou Collection (CIC). Les positionnements dits « innovants » et « créatifs » leur permettent également d'obtenir d'autres avantages fiscaux tels que le statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante (JEI) ou différentes subventions régionales ou nationales, portées par des acteurs comme BPI France, la Région Ile-de-France, ou encore le ministère de la Culture. Ambroise Conseil complète son accompagnement aux différents dispositifs publics de financement, par une activité de conseil dans la recherche de financements dits « privés », à laquelle j'ai également pu participer. Il s'agit notamment de la recherche d'investisseurs dans le cas d'opérations de levées de fonds et de cession d'activités intervenant dans la trajectoire des petites entreprises étudiées, à différents stades de leur développement. Une partie du travail et du savoir-faire de Noëllyne Bernard et des consultants d'Ambroise Conseil consiste en la mise aux normes des projets dits « innovants » et « créatifs » des petites entreprises, afin de les rendre éligibles et conformes d'un point de vue fiscal, et « scientifique » aux différents dispositifs de financement. Cette mise en conformité suit une procédure mise en place par le ministère de la recherche et qui doit comporter la description des objectifs du projet, un état de l'art de la recherche existante, les verrous technologiques rencontrés, ainsi que la description des travaux entrepris par l'entreprise [51].

Sur le plan épistémologique, ma démarche de recherche s'est articulée autour de deux objectifs principaux. En premier lieu, sur la volonté d'expliquer les stratégies socio-économiques des fondateurs d'entreprises agissant dans les secteurs du numérique et de la création en vue de financer le développement de leur activité.
Et, en second lieu, sur une analyse des politiques publiques en faveur du soutien aux entreprises du numérique et de la création, et de leurs enjeux et de leurs conséquences sur la trajectoire des petites et moyennes entreprises du numérique et de la création.

Méthodologie de la recherche et de l'étude de terrain

L'étude de terrain de cette recherche a été réalisée à trois niveaux :

Premièrement, des données fiscales et comptables concernant 60 petites entreprises des secteurs du numérique et de la création ont été collectées. Ces données portent sur la période 2004-2020 et sont issues des archives de l'agence Ambroise Conseil. Grâce aux bilans comptables, aux liasses fiscales, aux différents dossiers de demandes d'aides (CIR, CII, JEI, subventions BPI France et CNC, etc.), et aux supports de présentation transmis à de potentiels

[51] https://www.finovup.fr/blog/dossier-technique-cir-cii-jei-les-avantages-et-elements-attendus/ consulté le 12/04/2022

investisseurs lors d'une levée de fonds, les éléments collectés couvrent différentes étapes clés de la vie des entreprises étudiées. Les résultats de cette enquête quantitative se sont matérialisés par la définition de sept trajectoires de développement. Les 60 entreprises ont ainsi été rattachées à une des sept trajectoires. Des caractéristiques communes aux 60 structures ont également pu être identifiées par ce travail de collecte :

- Les petites entreprises ont en commun d'avoir mené ou de mener des opérations de recherche, d'avoir des dépenses de personnel et de matériel de recherche (au sens du CIR), et de fait, d'être éligibles à certains dispositifs de financement de l'innovation,
- D'avoir eu, ou d'avoir encore, une activité dans les industries de la culture et/ou de la communication,
- De financer leur activité par des dispositifs fiscaux tels que le CIR, CII, CIC, ou CIMA.

Dans un second temps, j'ai collecté des données sur le parcours des fondateurs et co-fondateurs des 60 entreprises étudiées :
L'année de création de l'entreprise, le nombre de co-fondateurs, le sexe du ou des fondateurs, le pourcentage de détention du capital, les diplômes obtenus, les écoles/ universités côtoyées, la discipline ou l'intitulé du diplôme obtenu, l'année d'obtention du dernier diplôme, le lieu d'obtention du diplôme.

Troisièmement, une dizaine d'entretiens semi directifs ont été menés avec des fondateurs d'entreprises étudiées et des acteurs du financement de l'innovation (les restitutions apparaissent dans les annexes de la thèse). Ces échanges ont permis d'apporter un éclairage nouveau sur ce qui se joue lors d'une levée de fonds, et sur les critères centraux établissant la valeur de la petite entreprise. Les résultats de cette étude de terrain se sont matérialisés par l'identification de sept grandes trajectoires. La constitution du terrain de recherche et son analyse ont été complétées par une étude approfondie des critères d'éligibilité aux différents dispositifs de financement public de la R&D et de l'innovation auxquels ont postulé les 60 entreprises du panel. Cette démarche a fait émerger des évolutions en ce qui concerne les politiques de financement à la fois des industries culturelles, des industries dites « créatives », des industries de la communication et des NTIC, et a nourri ma réflexion sur le développement de cadres sociotechniques nouveaux. Des hypothèses de corrélations ont été testées afin de mieux appréhender l'impact des enjeux liés au numérique, à l'innovation, et à la créativité dans la structuration des trajectoires et des stratégies des petites entreprises, et pour tester l'efficacité et la cohérence des dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la création dans leur ambition initiale de création d'emplois, de compétitivité, et de croissance économique.

Mon rôle de consultant-doctorant en contrat Cifre

Dans cette introduction, il semble important d'interroger ma posture de doctorant en contrat Cifre au sein d'une entreprise bénéficiant elle-même du crédit d'impôt recherche et menant des travaux de R&D dans les industries culturelles et créatives.

Un des critères d'éligibilité principaux du CIR est la participation de « chercheurs [52]» aux opérations de R&D des entreprises. Les « jeunes docteurs », ainsi que les doctorants en contrat « Cifre [53]» sont assimilés à ce personnel de recherche.
Du côté de la sociologie, F. Hellec (2014) s'est intéressée au rôle des doctorants en contrat Cifre dans les entreprises :

> « *Ce type de thèse présente des difficultés spécifiques, liées à la nécessité de concilier des exigences et des temporalités différentes, voire contradictoires : au temps long de la recherche consacré à la réflexion distanciée s'oppose la rapidité d'analyse tournée vers l'action immédiate en entreprise. Ces difficultés ne constituent toutefois pas des obstacles insurmontables à la réalisation d'un travail scientifique de qualité (Gaglio, 2008). Au contraire, elles nourrissent la réflexion scientifique dès lors que le doctorant parvient à « tenir le cap épistémologique » de sa recherche (Foli, Dulaurans, 2013)* [54] »

Le crédit d'impôt recherche est le dispositif fiscal majeur du financement de la R&D et de l'innovation. Il a été créé en 1983 et dans sa conception initiale, a été pensé afin d'inciter les entreprises à embaucher du personnel de formation et d'expérience scientifique et surtout « *de renforcer la compétitivité des entreprises au travers de la recherche et des partenariats public/privé* [55]». De fait, en tant que bénéficiaire du dispositif, je suis directement confronté aux enjeux de financement de la recherche, et des questions de production scientifique en entreprise.
Un des premiers résultats de ma recherche, sur lequel nous reviendrons dans la première partie de la thèse, montre que très peu d'entreprises du numérique et de la création ont recours à l'embauche de contrats Cifre malgré les nombreux avantages fiscaux à la clé. Cette pratique est davantage courante dans les secteurs d'activité du « service R&D et ingénierie (23%), de l'électronique communication et informatique (21%), des services tertiaires (15%), et de la finance et du juridique (13%). » [56]

Lors de ce contrat Cifre, j'ai pris part aux différentes missions d'accompagnement, et pu participer à l'élaboration des différentes productions comptables et fiscales, mais également à la rédaction des documents techniques nécessaires à l'éligibilité aux différents dispositifs de financement. Les missions citées ci-dessous ont été essentielles dans l'analyse du terrain, dans la connaissance des enjeux liés au financement des petites entreprises du numérique et de la création, et dans l'étude des évolutions socio-économiques à l'œuvre, tant du côté des politiques publiques, que du côté des entreprises. J'ai été, pendant trois ans, confronté à la

---

[52] « *Aux termes du 1 de l'article 49 septies G de l'annexe III au CGI, les chercheurs sont des scientifiques ou des ingénieurs travaillant à la conception ou à la création de connaissances, de produits, de procédés, de méthodes ou de systèmes nouveaux. Sont assimilés aux ingénieurs, les salariés qui, sans remplir les conditions de diplôme, ont acquis cette qualification au sein de leur entreprise. La qualité de scientifique est reconnue aux titulaires d'un diplôme de niveau master au minimum ou d'un diplôme équivalent* »
[53] (« *Le dispositif des Conventions industrielles de formation par la recherche (Cifre) permet à l'entreprise de bénéficier d'une aide financière pour recruter un jeune doctorant dont les travaux de recherche, encadrés par un laboratoire public de recherche, conduiront à la soutenance d'une thèse.* »), tout comme les jeunes docteurs (« *Les dépenses de personnel qui se rapportent à des personnes titulaires d'un doctorat tel que défini à l'article L. 612-7 du code de l'éducation, ou d'un diplôme équivalent, sont prises en compte pour le double de leur montant pendant les vingt-quatre premiers mois suivant leur premier recrutement à condition que le contrat de travail de ces personnes soit à durée indéterminée et que l'effectif salarié de l'entreprise ne soit pas inférieur à celui de l'année précédente* »)
[54] Hellec, F. (2014), « Le rapport au terrain dans une thèse CIFRE : Du désenchantement à la distanciation. » Sociologies pratiques, 28, 101-109. https://doi.org/10.3917/sopr.028.0101
[55] https://fr.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dit_d'imp%C3%B4t_recherche consulté le 13/01/2021
[56] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid22130/les-cifre.html consulté le 21/04/2021

pluralité et à la plasticité des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D et ai pu identifier les effets d'aubaine évoqués dans l'hypothèse centrale de cette recherche. C'est ce travail empirique qui a permis d'apporter des éléments de réponse à la question centrale : *« Dans quelles mesures les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ? »*

Les missions qui ont été réalisées dans le cadre de la convention Cifre sont les suivantes :

- Assurer le suivi de l'activité de recherche des clients éligibles, par des entretiens pluri annuels avec différents responsables en entreprise : directeur général, directeur technique, responsable R&D/ innovation, data scientist/ analyst ;
- Participer à la rédaction de « rescrits fiscaux » au titre des Crédits d'Impôts Recherche (CIR) : réalisation d'un dossier administratif et technique de présentation des projets de Recherche et développement (R&D) de l'entreprise afin de solliciter une position de l'administration fiscale pour le bénéfice du CIR. Le mécanisme des rescrits fiscaux vise à sécuriser le CIR pour les entreprises[57] ;
- Prendre part à la réalisation de rescrits fiscaux pour le bénéfice du statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) : mécanisme similaire à celui précédemment cité, il permet d'obtenir de l'administration fiscale le statut de JEI qui ouvre droit à des exonérations de charges patronales et d'Impôt sur les Sociétés (IS) ;
- Réaliser les calculs et les déclarations relatifs aux crédits d'impôts recherche/ innovation/ collection : les montants sont établis à partir des justificatifs fournis par le client, et les déclarations relatives sont ensuite remplies et envoyées au client pour que l'expert-comptable de celui-ci les transmette à l'administration fiscale en même temps que la liasse fiscale ;
- Assurer le suivi des relations avec l'administration fiscale et les Directions Régionales à la Recherche et à la Technologie (DRRT) : suivi des procédures de rescrit et des instructions de crédits d'impôts, réponse aux demandes d'informations complémentaires, assistance en cas de contrôle fiscal ;
- Assister à la réalisation de business plan (BP) : il s'agit ici d'accompagner les porteurs de projets à réaliser des documents de présentation de leur projet, de projections financières pour communiquer aux investisseurs, aux institutions de crédit ou aux financeurs institutionnels comme les régions, les ministères, ou la BPI ;
- Veiller, rédiger, monter, et suivre de dossiers pour l'obtention de financements publics : avances remboursables ou prêts auprès d'organismes divers tels que la Banque Publique d'Investissement (BPI), le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), l'Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC), etc.
- Accompagner à la levée de fonds : pour certains clients, Ambroise Conseil réalise des missions d'accompagnement et de conseil dans les phases de levées de fonds. Les missions consistent en la recherche de contacts d'investisseurs potentiels, la réalisation des dossiers de présentation et de valorisation de l'entreprise, des résumés à destination

[57] « Le rescrit fiscal est une réponse de l'administration sur l'appréciation d'une situation de fait au regard d'un texte fiscal. Cette procédure ouverte à tous concerne tous les impôts. Le rescrit « crédit d'impôt recherche » est une procédure fiscale de rescrit spécifique par laquelle une personne physique ou morale demande à l'administration si son projet de dépenses de recherches est éligible au bénéfice des dispositions de l'article 244 quater B du CG » https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79473/www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79473/cir-procedures-de-securisation.html

des investisseurs, à l'organisation de rencontres entre investisseurs potentiels et fondateurs.

La difficulté principale à laquelle j'ai été confrontée avec cette posture particulière de doctorant-consultant est celle du passage permanent de l'empirique au théorique. J'ai ainsi dû apprendre à adopter une position réflexive à l'égard du travail de consultant en financement de l'innovation, dont la fonction se situe au carrefour de deux types de recherche, différentes, parfois complémentaires mais pas toujours évidentes à dissocier: la recherche dite « académique », et la recherche en entreprise, dite « privée ».

La mission des cabinets de conseil en financement de l'innovation

Les données collectées et ayant permis la réalisation de cette enquête de terrain proviennent des archives de l'agence Ambroise Conseil. Ambroise joue le rôle d'agent d'intermédiation entre les entreprises clientes accompagnées, et les dispositifs de financement. D'autres acteurs d'intermédiations existent, comme les cabinets d'expertise comptable, les chambres de commerce, ou les avocats fiscalistes. La mission principale des intermédiaires dans la chaîne de financement est la mise en conformité des entreprises en vue de répondre aux critères d'éligibilité des dispositifs de soutien. Si les données issues de ce travail d'intermédiation sont d'une immense richesse, le fait qu'elles émanent toutes d'un seul et même acteur peut-il entraver la pertinence de la recherche ? Plusieurs éléments de réponse peuvent être apportés. Comme cela a été évoqué dans le cadre théorique de cette thèse, la recherche en SIC ne s'est que très peu intéressée aux trajectoires des petites entreprises du numérique et de la création sous l'angle du financement. De fait, le matériau offert par les archives d'Ambroise Conseil permet de tester si les modèles et théories élaborées par les chercheurs en SIC sur les grandes entreprises du numérique nationales et internationales sont opérants dans le cas des petites voire très petites entreprises du numérique et de la création.
De plus, tout au long de mes lectures, dans différentes disciplines, plusieurs auteurs semblaient souffrir d'un manque d'éléments fiscaux et comptables pour constituer un terrain de recherche exploitable. Les données fournies dans le cadre de cette recherche permettent de ne pas être confronté aux limites induites par le « secret fiscal » et la confidentialité des données économiques des entreprises. En concertation avec mon directeur de thèse et ma responsable scientifique, nous avons décidé d'exploiter toutes les données disponibles en les anonymisant. Ainsi, la possibilité de traiter les données fiscales et comptables aussi précises, sur plusieurs années et sur autant de structures est une opportunité scientifique pour contribuer aux réflexions sur les tendances à l'œuvre dans les filières des ICC.
Comme je l'ai explicité dans le chapitre précédent sur la méthodologie, cette recherche a permis de définir des trajectoires originales. J'ai ainsi considéré qu'une des principales caractéristiques communes aux 60 petites entreprises étudiées, qu'importe leur trajectoire, est d'avoir été accompagnée par un cabinet de conseil dans la constitution des dossiers de financement. Avoir recourt à un accompagnement pour faire correspondre les travaux de R&D et les projets d'innovation aux critères d'éligibilité des dispositifs suppose que les entreprises du numérique et de la création n'étaient pas les cibles principales des plans de financement et que pour bénéficier des fonds disponibles elles doivent adapter leurs activités. Cela conforte également l'idée selon laquelle les dispositifs de soutien à l'innovation sont plus avantageux que les autres dispositifs de soutien à la créativité et aux industries culturelles notamment.
Du point de vue de la recherche en SIC cela renvoie aux enjeux et aux tensions liés à ladite « innovation » dans les industries créatives. Les données collectées participent de la réflexion

sur l'évolution des filières du numérique et de la création en lien avec les changements technologiques, et le rôle des politiques publiques dans ces évolutions. L'originalité de cette recherche repose en grande partie sur la richesse des données collectées depuis vingt ans par les consultants d'Ambroise Conseil. J'ai pu avoir accès aux états de l'art des connaissances existantes, à des éléments financiers et comptables (fiches de salaires, factures, liste des amortissements, etc..), des indicateurs de R&D, une description des savoir-faire et de la démarche de recherche de chaque entreprise année par année, et d'autres éléments liés aux parcours des fondateurs. Tous ces éléments sont primordiaux pour étudier des contextes socio-économiques et définir des trajectoires. Ces éléments, confidentiels, à destination de l'administration fiscale, et dans certains cas, du ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche et de l'Innovation, sont très précieux pour mieux comprendre comment ont évolué le développement des NTIC dans les ICC.

Enfin, j'ai eu la chance d'accéder à des données confidentielles sur des entreprises renommées dans les industries de la culture et de la communication, comme Deezer (https://www.deezer.com/fr/), Le Kiosque (devenu CAFEYN https://www.cafeyn.co/fr/newsstand), Marketshot (https://www.marketshot.fr/), Jellysmack (https://jellysmack.com/fr/), qui ont fait partie des premiers clients accompagnés par Noëllyne Bernard et qui sont régulièrement étudiées par des chercheurs en SIC, en économie, en gestion tant leur trajectoire suscite la curiosité et l'intérêt du grand public. Ces entreprises françaises que les spécialistes de l'innovation nomment des « *licornes* [58] », ont connu des « *trajectoires* fulgurantes [59] » et sont au cœur des enjeux liés à la valorisation et à l'industrialisation des filières. La possibilité d'exploiter les éléments comptables et fiscaux sur plusieurs années, souvent depuis leur création permet d'enrichir la connaissance existante et de tester les hypothèses d'autres chercheurs, notamment en SIC.

PLAN DE LA THESE

Comme cela a précédemment été formulé, la question centrale à laquelle tentera de répondre cette thèse est la suivante :

> *« Dans quelles mesures les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ? »*

L'hypothèse centrale qui sera testée est : *« La pluralité et la plasticité de certains dispositifs de soutien, en lien avec le caractère flou et pluriel de la notion d'innovation favorisent des stratégies et des « effets d'aubaine » de la part des entreprises qui s'emparent de ces dispositifs avec des objectifs très différents. »*

Cette recherche s'articule autour de trois niveaux d'analyse qui correspondent aux sous hypothèses formulées précédemment. Je tenterai de répondre à la question centrale au travers de deux grandes parties, et d'une conclusion.

---

[58] « Le terme licorne est employé pour désigner une startup, principalement de la Silicon Valley, valorisée à plus d'un milliard de dollars, non cotée en bourse et non filiale d'un grand groupe. » https://fr.wikipedia.org/wiki/Licorne_(%C3%A9conomie) consulté le 12/04/2020

[59] Bouquillion P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », Revue française des sciences de l'information et de la communication

La première partie sera consacrée aux caractéristiques des petites entreprises des industries de la culture et de la communication aidées et soutenues, dans le cadre des dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la créativité. Trois chapitres composeront cette première partie :
Un premier sur les articulations entre industries culturelles, de la communication, créatives, NTIC et innovation qui évoquera les modèles socio-économiques à l'œuvre dans les 60 entreprises étudiées.
Un second chapitre portera sur l'incertitude et le risque auxquels sont confrontées les petites entreprises du numérique et de la création et qui structurent les trajectoires de développement de ces dernières, tout au long de leur vie.
Enfin, dans une dernière partie, j'évoquerai les stratégies mises en place par les fondateurs des petites entreprises afin de gérer le risque et l'incertitude, de valoriser leur activité, et d'obtenir les financements publics disponibles.
La seconde partie de cette thèse traitera des dispositifs de financement public en faveur des petites entreprises, du numérique et de la création et d'autres secteurs. Seront alors évoqués le rôle des acteurs de la sphère financière et industriels, ainsi que les enjeux liés aux positionnements innovants et créatifs revendiqués par les fondateurs des petites entreprises en lien avec les dispositifs de soutien. Trois chapitres composeront également cette seconde partie :
Le premier portera sur les critères d'éligibilité des différents dispositifs de financement mis en place par l'État et des objectifs et problèmes politiques, sociaux, et économiques auxquels ils tentent de répondre.
Le second chapitre se concentrera sur les enjeux des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D mis en place à une échelle régionale, nationale et européenne.
Enfin, dans le chapitre trois j'explorerai le rôle des fonds d'investissements et des acteurs industriels dans la trajectoire des petites entreprises, sur les activités et l'emploi dans les filières du numérique et de la création.
Dans la troisième partie, je m'intéresserai aux conséquences et aux effets des modalités et stratégies de financement des acteurs publics et privés sur la trajectoire de croissance des petites entreprises du numérique et de la création. Il y sera notamment question des enjeux du renouvellement technologique permanent et des injonctions à l'innovation et à la créativité sur les petites entreprises.

PARTIE I° Les caractéristiques des petites entreprises des industries de la culture et de la communication aidées et soutenues, dans le cadre des dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la créativité

Dans cette première partie, sont présentées les caractéristiques des petites entreprises des industries de la culture et de la communication aidées et soutenues, dans le cadre des dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la créativité. Pour cela, j'ai réalisé une étude quantitative sur les données fiscales et comptables de 60 petites entreprises du numérique et de la création accompagnées par Ambroise Conseil dans le cadre de leur éligibilité aux dispositifs de soutien, de 2004 à 2020 (cette période couvre la création de l'agence Ambroise jusqu'à la rédaction de cette thèse entamée avant la crise sanitaire du Covid 19). Les résultats de cette étude quantitative ont été enrichis, par des entretiens semi-directifs avec des fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création ayant levé des fonds, ainsi que des responsables d'investissement au sein de fonds en capital risque.
Dans un troisième et dernier temps, j'ai étudié le parcours des 117 fondateurs et co-fondateurs à l'origine des 60 entreprises étudiées. Ce travail a permis d'identifier des tendances quant à la capacité des acteurs à mobiliser des fonds publics et des investissements privés en fonction de différents indicateurs tels que le niveau de diplômes, l'école ou l'université côtoyée, les expériences entrepreneuriales précédentes, etc.
Grâce à cette étude de terrain, sept trajectoires ont été établies permettant d'appréhender les stratégies et les positionnements à la fois des petites entreprises du numérique et de la création, mais également, dans un même temps, des politiques publiques. La volonté de définir des caractéristiques socio-économiques communes aux industries culturelles et de la communication n'est pas une démarche nouvelle. Ce travail a notamment été réalisé dans une analyse des rapports européens officiels sur les industries créatives :

> *« au-delà de leur hétérogénéité et des seules définitions par secteurs ou branches, les rapports officiels tentent de définir les caractéristiques socio-économiques communes et spécifiques aux diverses industries créatives. [60]»*

Dans un premier temps, plusieurs caractéristiques des industries culturelles ont pu être définies, telles que, le caractère aléatoire de la création et de la consommation du bien, la coexistence de groupes industriels et de pôles avec de très petites structures (telles que celles étudiées dans cette recherche doctorale) au sein des filières, et également, selon Miège (1986), de l'existence de « *viviers* [61]» (renouvellement des talents). La définition de ces différentes caractéristiques a permis, dans un second temps, d'interroger plusieurs mouvements à l'œuvre dans les filières des ICC. Il est notamment question de « *l'éventuelle extension du champ des industries de la culture vers les industries créatives* [62]», de la pénétration des nouvelles technologies du numérique dans les industries culturelles, du double mouvement de libéralisation de la culture et de l'ensemble de l'économie [63]. Ce sont autour de ces catégories existantes que s'est constituée l'étude de terrain de cette recherche doctorale dont l'originalité repose dans la définition de caractéristiques communes et de spécificités pour les petites entreprises du numérique et de la création, éligibles aux dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D.

---

[60] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », *tic&société* [Online], Vol. 4, n° 2
[61] Miège, B. (1986), « Les logiques à l'œuvre dans les nouvelles industries culturelles » Cahiers de recherche sociologique, 4(2), 93–110. https://doi.org/10.7202/1002005ar
[62] Ibid.
[63] Ibid 55.

La première caractéristique commune aux 60 petites entreprises qui constituent notre terrain, est le fait qu'elles aient été ou qu'elles soient accompagnées par le même cabinet de conseil en financement de l'innovation, Ambroise. La mobilisation d'une ressource intermédiaire dans l'obtention des financements, comme un cabinet de conseil spécialisé dans le financement de l'innovation, n'est pas anodin dans la trajectoire des petites entreprises. La prestation d'accompagnement concerne la mise en conformité des projets de R&D, d'innovation, ou de création avec les critères d'éligibilité des dispositifs fiscaux de financement tels que le crédit d'impôt recherche (CIR), innovation (CII), métiers d'art (CIMA) et collection (CIC), ou le statut jeune entreprise innovante (JEI). L'accompagnement concerne également un appui en cas de contrôle fiscal et la possibilité d'accéder à d'autres aides auxquelles les fondateurs ou les dirigeants n'auraient pas pensé pouvoir être éligibles. Au-delà de la mission d'accompagnement dans l'éligibilité aux dispositifs de soutien, le cabinet de conseil peut jouer un rôle dans le recrutement des salariés (notamment en encourageant l'embauche de chercheurs, doctorants en CIFRE ou jeunes docteurs afin d'augmenter l'assiette fiscale du crédit d'impôt), ainsi que dans les activités d'innovation ou de R&D de l'entreprise (en définissant les projets sur lesquels il est nécessaire d'augmenter ou de réduire les investissements par exemple). Le conseil en financement occupe donc une place importante dans la trajectoire de la petite entreprise. Les degrés d'implication des consultants dans les activités de leurs clients sont cependant très inégaux. Nous verrons dans la suite de cette recherche doctorale, que le parcours et les expériences des fondateurs peuvent avoir une incidence sur la relation avec les parties prenantes (cabinets de conseil en financement, experts comptables, investisseurs, etc.) et donc, sur la trajectoire de l'entreprise et la stratégie mise en place en vue de financer l'activité.

La seconde caractéristique des entreprises étudiées est qu'elles agissent dans les filières des industries de la culture et de la communication et sont confrontées à des évolutions de leur activité en lien avec les NTIC et les numériques. La quasi-totalité d'entre-elles a été créée après 2004 et est traversée par des enjeux liés aux NTIC et au numérique. Leur éligibilité aux dispositifs de financement de l'innovation (CIR, CII, JEI et autres subventions de BPI France et des régions) en fait des acteurs *innovants* aux yeux des acteurs publics et des entreprises investissant dans le développement de projets de recherche technologique. L'activité de développements technologiques des structures étudiées en font des acteurs au cœur des articulations entre industries de la culture et de la communication induites notamment par les différents mouvements d'industrialisation et par la numérisation. Les données collectées sur le financement des activités, permettra d'apporter un éclairage nouveau aux enjeux du numérique et de l'innovation technologique dans les différentes filières étudiées, de la création à la valorisation, mais également d'étudier les enjeux des politiques publiques en faveur de ces petites entreprises, dans un contexte où :

> *« il convient de faciliter l'accès des entreprises des domaines considérés aux dispositifs d'aide à l'innovation et à la créativité, ainsi qu'au système financier et bancaire.*[64] *»*

Enfin, les 60 TPE et PME dont il est question dans cette recherche font face à différents niveaux de risque et d'incertitude liés à leurs modèles d'affaires et à la structuration de l'activité, au carrefour des industries de la culture et de la communication.

[64] Ibid 55.

Loin des imaginaires véhiculés dans la presse généraliste et les discours officiels pourtant sur la « *trajectoire fulgurante* » d'une poignée d'entreprises du numérique et de la création, j'ai constitué un outil d'analyse original pour étudier la trajectoire de structures de petite voire très petite taille, agissant dans le numérique et la création.

CHAPITRE 1 : Enjeux et articulations des notions d'industries culturelles, industries de la communication, industries créatives, entreprises innovantes dans le cadre du financement des activités

Tout au long de cette recherche, j'ai été confronté à des interrogations et des difficultés concernant la définition des activités menées par les 60 petites entreprises de mon terrain. L'objectif de ce premier chapitre est de mieux appréhender l'articulation entre les activités des entreprises au sein des filières et les projets de recherche et développement menés en interne. Ce premier chapitre permet dès lors de tester ma seconde sous hypothèse :
« *Les politiques publiques de soutien à la R&D et à la créativité ne sont pas structurante dans la distinction entre les différentes filières des industries culturelles, des industries communicationnelles et les industries créatives. Ces politiques publiques sanctionnent les projets relevant du renouvellement technologique permanent plutôt que les projets relevant de la « créativité » et les projets dont l'objectif est la création d'emplois et la croissance économique*. » Un des premiers éléments significatifs de cette recherche doctorale repose dans la notion d'innovation qui semble suivre une trajectoire similaire à celle de créativité. Bouquillion et Le Corf (2010) soulignent, au sujet de la définition de la « *créativité* » proposée dans les rapports officiels que l'acte créatif est défini comme « *un moyen de fonder une unité dans la diversité des industries culturelles et créatives* [65] ». L'innovation répond d'une fonction similaire. Devenue un argument promotionnel et un enjeu majeur de la valorisation des activités des petites entreprises du numérique et de la création, « *l'acte innovant* » est également très présent du côté des acteurs du financement, publics et privés. On le retrouve notamment dans les différents dispositifs publics de soutien auxquels ont prétendu les entreprises du panel : « Crédit d'impôt innovation », statut fiscal de « Jeune Entreprise Innovante », subvention « Innov'Up » de la région Ile-de-France, aide « Inno R&D » en Bretagne, mais il est également très présent dans l'activité des entreprises étudiées, qu'importe leur appartenance sectorielle. Dès lors, ne faut-il pas appréhender l'appartenance à une des industries culturelles, de la communication ou créatives qu'à l'aune des stratégies mises en place par les petites entreprises et leur conseil en vue d'obtenir des financements ? Les résultats de cette recherche doctorale montrent que les modèles socio-économiques à l'œuvre, tant au sein des petites entreprises des industries culturelles, que des industries de la communication, et les entreprises agissant dans les NTIC sont intimement liés aux modalités de financement de l'activité et aux stratégies des fondateurs, en lien avec celles des acteurs du financement publics et privés. Ainsi, tout au long de cette recherche doctorale seront convoquées les définitions et les discours des trois catégories d'acteurs : les chercheurs en SIC, les pouvoirs publics, et les fondateurs d'entreprises.
Mon étude a permis de faire émerger sept trajectoires des petites entreprises du numérique et de la création en lien avec leur stratégie de financement. Une recherche similaire sous plusieurs aspects a été menée par Belarouci, M., Fonrouge, C. & François, V. en 2019. Les auteurs se sont intéressés aux trajectoires de 4450 petites entreprises dites « *innovantes* » selon les modalités et les stratégies suivantes liées uniquement au financement participatif et à la levée de fonds. Trois trajectoires ont ainsi été définies :

> « *celles qui n'ont pas levé de fond, celles qui ont levé des fonds* via *les investisseurs autres que la foule (anges d'affaires, capitaux-risqueurs), et celles qui ont levé des fonds en financement participatif.*[66] »

[65] Ibid 53.
[66] https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/2019-v32-n3-4-ipme05144/1067733ar/ consulté le 28/03/2021

A la différence de ma recherche, cette étude ne tient pas compte de l'importance du financement public et notamment du CIR dans la trajectoire et les modalités de financement des petites entreprises du numérique et de la création. Au moins deux résultats originaux se dégagent de mon travail de recherche.
Tout d'abord, les résultats de ma recherche tendent à considérer que l'obtention des financements publics en faveur de l'innovation et de la R&D est une stratégie à part entière menée par les fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création. Le tableau récapitulatif disponible dans l'annexe 18 du manuscrit « Aides et dispositifs publics dont ont bénéficié les petites entreprises de mon panel » souligne la plasticité et la multiplicité des dispositifs de soutien, et l'adaptabilité des positionnements des fondateurs en vue d'obtenir les fonds disponibles.
Et, dans un second temps, la pénétration des nouvelles technologies au sein des industries culturelles participe largement du rapprochement à l'œuvre entre les filières des industries de la culture et celle de la communication. Ce double mouvement a un impact sur les modèles socio-économiques des petites entreprises du numérique et de la création, tant dans la valorisation de l'activité du côté des entreprises, que dans la mise en place des dispositifs de soutien du côté des pouvoirs publics. Dans la seconde partie du manuscrit, je tenterai de démontrer comment ces mouvements à l'œuvre dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création sont renforcés par les financeurs publics, sous l'impulsion de certains acteurs financiers et industriels.

L'articulation entre numérique et activités culturelles au sein des petites entreprises des industries culturelles et créatives :

Miège & *alii*, (1986), ont mis en avant cinq logiques à l'œuvre dans les industries culturelles :

> *« La logique de l'édition de marchandises culturelles ; La logique de la production de flot ; La logique de l'information écrite ; La logique de la production de programmes informatisés ; La logique de la retransmission du spectacle vivant, compétitions sportives y compris (Miège& alii, 1986 p. 64 & seq. cité par Miège, 2000, p. 43). »*

Ces logiques socio-économiques sont-elles opérantes dans le cas de petites entreprises du numérique et de la création nées après 2004 et fortement traversées par des enjeux liés au numérique ? Parmi les 60 petites entreprises du numérique et de la création qui constituent le terrain de cette étude, 20 d'entre-elles correspondent à la définition des industries culturelles. En effet, elles agissent dans les filières de la presse, du livre, de la musique enregistrée, du cinéma et de l'audiovisuel ou du jeux vidéo. 4 ont une activité où les produits sont « *faiblement reproductibles* [67]», et concernent des entreprises de très petites tailles, avec des moyens financiers inférieurs à ceux des autres entreprises du terrain. Ces quatre structures mobilisent des moyens artisanaux et ne sont pas ou peu impactées par des évolutions liées à la numérisation de leur activité, les outils technologiques étant davantage perçus comme des moyens ou des supports de commercialisation. Notamment, les trois entreprises qui créent des collections vestimentaires commercialisent une part de leur activité sur un site internet marchand. Le chiffre d'affaires étant réparti entre la vente en boutiques, la vente au détail et la vente sur internet. Une de ces quatre entreprises agit dans le design végétal. Le fondateur utilise

[67] George E., (2012), « La théorie des industries culturelles : un « milieu » d'élaboration de connaissances dynamique »

le numérique comme un outil promotionnel, et il semble difficile de quantifier la part de clients issus de son site, et celle issue d'autres canaux de communication. Cependant, cette petite structure mène des recherches sur l'influence du végétal dans les lieux de travail et sur « *l'écophysiologie des plantes sous stress environnementaux*[68] ». De fait, elle répond, depuis 2018, aux critères d'éligibilité du crédit d'impôt recherche, alors qu'avant cette date, son activité correspondait aux critères du crédit d'impôt métiers d'art (« *représente 10 % des dépenses liées à la conception de nouveaux produits ou au dépôt et la protection juridique des dessins ou modèles de ces nouveaux produits* » [69]), qui est moins avantageux que le CIR.
Une autre de ces quatre structures a sollicité une subvention de 20 000€, en juillet 2019, émanant du ministère de la Culture et de la Direction générale de la création artistique. Cette avance non remboursable a été sollicitée dans le cadre d'un appel à projets « *aides au développement du contenu numérique des marques de mode* » mis en place en vue de « *soutenir les* petites *marques de mode dans le développement économique et créatif de leur entreprise, à travers la valorisation de leur image de marque à travers le levier du numérique* [70]». Suite à l'obtention de la dotation, cette petite entreprise créée en 2018 a pu refondre une partie de son site internet e-commerce, et augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux. La subvention a donc essentiellement financé des investissements en communication, marketing et commerce. Cet appel à projet confirme la tendance – qui sera plus largement développée dans la partie II du manuscrit – d'une pénétration des enjeux liés aux numériques et aux nouvelles technologies de la communication dans toutes les filières des industries culturelles, et notamment de la mode et du design.
Les seize autres petites entreprises des industries culturelles de mon panel développent, elles, des « *produits reproductibles n'impliquant pas l'intervention de travailleurs artistiques, essentiellement des appareils* [71]» ou des services. Créées après les années 2000, elles ont intégré dans leur modèle d'affaires les enjeux liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les parcours scolaires et expériences antérieures des fondateurs et co-fondateurs de ces structures confirment cette tendance, avec des diplômes obtenus dans des écoles d'ingénieur, de développement web, et de commerce. Les données concernant les fondateurs de petites entreprises des industries culturelles, et les stratégies liées au financement des activités démontrent plusieurs aspects de la trajectoire socio-économique :

- Ces petites entreprises engagent des dépenses de recherche et développement qui les rendent éligibles au CIR,
- Plus de la moitié d'entre elles a levé des fonds à un moment donné de sa trajectoire,
- Il s'agit d'avantage d'entreprises co-fondées par plusieurs entrepreneurs, que de fondateurs esseulés,
- La quasi-totalité des fondateurs est diplômée d'écoles de commerce et d'écoles d'ingénieurs.

Les sociétés agissant dans les secteurs de la mode et du design sont éligibles aux crédits d'impôt collection et métiers d'art, et sont amenés à faire évoluer leurs projets de recherche et leurs activités pour valider leur éligibilité au CIR. Ce n'est pas la commercialisation ou les process de vente qui confèrent une éligibilité au dispositif, mais davantage la phase dite de « création » (dessins, prototypes, patrons, etc.). De plus, les petites entreprises de la mode et du design de mon panel ne lèvent jamais de fonds. D'autres exemples agissant dans les secteurs de la mode

[68] Intitulé de la brique de recherche principale ménée par l'entreprise depuis 2018 et dont le titre et la description sont issues du dossier justificatif au CIR.
[69] https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31461 consulté le 29/10/2011
[70] https://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Appels-a-projets/Aides-au-developpement-du-contenu-numerique-des-marques-de-mode consulté le 29/10/2021
[71] Ibid.

et du design ont tout de même levé des fonds récemment. En 2021, *Ami* a ainsi levé des fonds auprès d'un fonds chinois :

> *« la griffe de prêt-à-porter haut de gamme Ami a accueilli la société Sequoia Capital China à son capital, afin d'accélérer sa transformation numérique et son implantation sur les marchés internationaux.*[72] *»*

Néanmoins, le nombre d'opérations dans le secteur est bien moins élevé que dans les secteurs du numérique.

- Du côté des petites entreprises des industries de la communication :

Les 40 entreprises de mon panel agissant dans les industries de la communication engagent des dépenses dans des projets de R&D et des innovations sociotechniques et socio-économiques, « *dont aucune ne constitue une innovation radicale de type schumpétérien*[73] ». Les projets développés correspondent davantage à la définition du processus d'innovation du manuel d'Oslo et qui consiste en :

> « *La mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du travail ou les relations extérieures.*[74] *»*

Les petites entreprises des industries de la communication de mon panel mènent des projets ou des briques de recherche et développement en lien avec l'augmentation des connaissances technologiques, culturelles, etc. Certaines d'entre elles sont amenées à collaborer avec des acteurs de la recherche publique et/ ou privée, tels que des laboratoires universitaires ou des écoles doctorales. Cela est notamment le cas de plusieurs entreprises installées en Bretagne et qui sous traitent une part de leurs recherches à des écoles d'ingénieurs. Cela peut s'expliquer par le fait que les petites entreprises du panel, notamment celles agissant dans les SHS (sciences humaines et sociales), ne sont pas toujours équipées du matériel de laboratoires permettant de réaliser les tests et les essais avec des prototypes. Les projets répondant davantage aux critères de la définition des activités de développement expérimental plutôt qu'à ceux de la recherche fondamentale :

> *« Le développement expérimental consiste en des travaux systématiques - fondés sur les connaissances tirées de la recherche et l'expérience pratique et produisant de nouvelles connaissances techniques - visant à déboucher sur de nouveaux produits ou procédés ou à améliorer les produits ou procédés existants (Manuel de Frascati, § 2.32).*
> *Le développement expérimental ne constitue donc qu'une étape éventuelle du développement de produits, celle où l'on soumet les connaissances génériques à des tests afin d'établir la possibilité d'aboutir aux applications requises pour que ces travaux soient couronnés de succès. Cette phase se caractérise par la formation de connaissances nouvelles et prend fin au moment où les critères de la R&D (nouveauté,*

[72] https://fr.fashionnetwork.com/news/Mode-et-sportswear-les-levees-de-fonds-les-plus-marquantes-de-2021,1362804.html consulté le 12/05/2022

[73] https://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/industrialisation-des-biens-symboliques-entretien-auteurs/ consulté le 05/10/2020

[74] https://fr.scribd.com/document/277117939/Manuel-d-Oslo consulté le 05/10/2021

incertitude, créativité, caractère systématique et possibilité de transférer et/ou reproduire les résultats) ne sont plus applicables (Manuel de Frascati, § 2.34). [75]*»*

Plusieurs petites entreprises de mon panel sont, au même titre que certains acteurs du web collaboratif [76], sont au cœur de nouvelles articulations entre les industries de la culture et de la communication. Agissant dans la diffusion voire la création de contenus, elles se positionnent également dans le développement de projets technologiques, notamment liés aux données massives et à la prescription algorithmique :

« de la diffusion, de la valorisation et même parfois de la création/production des contenus. Des acteurs émergents des industries de la communication, en particulier des pure players *du Web, et des sites du Web collaboratif deviennent eux aussi des places centrales de création/diffusion/valorisation/ promotion des contenus.* [77]*»*

Ces petites entreprises agissent notamment dans le développement de plateformes d'agrégation de contenus culturels ou informationnels,

« *des plateformes sur lesquelles sont distribués divers produits culturels et informationnels issus des filières du livre, de la presse et de l'information, de la musique enregistrée et du cinéma et de l'audiovisuel* [78] ».

Les investissements réalisés pour mener à bien ces projets de R&D les rendent éligibles aux dispositifs fiscaux de financement de l'innovation et de la R&D, mais également, dans un même temps, aux dispositifs de soutien issus d'acteurs et d'institutions culturels tels que ceux du CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). Ces cas traduisent une certaine plasticité des dispositifs publics de soutien aux activités du numérique et de la création. La volonté évoquée des pouvoirs publics de financer des projets « innovants » ou « créatifs » cristallise l'absence ou le flou de distinction entre les filières des ICC, du côté des pouvoirs publics, et des entreprises elles-mêmes. Je reviendrai sur cet élément central de ma problématique, dans les prochaines parties de cet écrit.

- Certaines petites entreprises de mon terrain répondent également à des caractéristiques des industries créatives, ce qui participe du flou des définitions entre les différentes filières des ICC :

Par leurs positionnements et les projets de recherche qu'elles mènent, certaines petites entreprises de mon panel agissant dans les industries culturelles et de la communication répondent également des caractéristiques des industries créatives. Ces thématiques sont nées dans les années 1990 au Royaume-Uni et « *mettent l'accent sur la défense des droits de la propriété intellectuelle et le rôle central de ces derniers dans l'économie des anciens pays industriels.*[79] » Les activités créatives font l'objet d'un nombre important de dispositifs de soutien car sont envisagées comme des vecteurs de « sortie de crise », voire de croissance

[75] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6486-PGP.html/identifiant=BOI-BIC-RICI-10-10-10-20-20210713 consulté le 29/03/2022

[76] Bouquillion P. (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles ».

[77] Ibid.

[78] Ibid 78.

[79] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société *[En* ligne], Vol. 4, n° 2

économique et de compétitivité. Dans les rapports officiels et les dispositifs récemment mis en place par les pouvoirs publics, la confusion entre industries et économies créatives est entretenue, tels que cela est le cas dans « *pôle Industries Culturelles et Créatives de BPI France*[80] » qui s'adresse aux :

> *« sociétés dont le modèle repose d'une part sur une dimension créative et des contenus, et d'autre part sur une innovation technologique, d'usage ou de modèle économique.*[81] *»*

Un autre dispositif de la banque publique d'investissement, le *Plan Touch* a été mis en place en 2020 en co-financement avec l'IFCIC (Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles) pour soutenir les acteurs des ICC fragilisés par la crise sanitaire. Ce dispositif renforce encore davantage le flou autour des notions d'économie et d'industries créatives :

> *« Bpifrance finance désormais l'innovation créative, avec le souhait fort de contribuer à une plus grande diversité de l'offre artistique et culturelle française.* [82]*»*

L'innovation technologique est donc appréhendée, par les pouvoirs publics, comme un outil de développement des industries culturelles et créatives. Cependant, cette logique qui s'opère au niveau des acteurs publics n'est pas nouvelle. Bouquillion (2010) précise ainsi le fait suivant :

> *« Il est fréquemment souligné qu'à travers la numérisation de la « chaîne » dans les industries de la culture, depuis la création jusqu'à la valorisation ou à la consommation, l'impact des Tic est très fort.*[83] *»*

Ainsi, malgré les débats et des propositions de chercheurs, notamment en SIC avec Bouquillion, Miège et Moeglin, concernant les relations complexes entre industries culturelles, communicationnelles, créatives, et TIC, les pouvoirs publics, via BPI France notamment, ont mis en place des dispositifs de soutien confondant et mélangeant tous les secteurs des ICC autour des notions volontairement floues et complémentaires de créativité et d'innovation.
A l'instar de la banque publique d'investissement, la CNUCED (Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement) propose une vision englobante des industries créatives qui embrasseraient toutes les filières des industries de la culture et de la communication dans un vaste ensemble indifférencié :

> *« les industries créatives se situent au carrefour entre arts, culture, affaires et technologies, dans un monde contemporain dominé par les images, les sons, les textes et les symboles.*[84] *»*

Cependant, seule une poignée de petites entreprises de mon terrain répond de l'entièreté des caractéristiques de la définition du CNUCED qui précise que :

---

80 https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/investissement/investissement-expertise/industries-culturelles-et-creatives consulté le 22/03/2022
81 Ibid.
82 https://www.bpifrance.fr/nos-actualites/plan-touch-15-milliard-deuros-deployes-en-2020-par-bpifrance-en-faveur-des-industries-culturelles-et-creatives consulté le 29/03/2022
83 Ibid 76.
84 Vincent, A. & Wunderle, M. (2012), « Les industries créatives. Dossiers du CRISP» 80, 11-90. https://doi.org/10.3917/dscrisp.080.0011

« les activités relevant des industries créatives sont de grandes utilisatrices de main-d'œuvre créative et peuvent générer des revenus par le biais du commerce et des droits de propriété intellectuelle.[85] *»*

Cela a précédemment été évoqué, les petites entreprises étudiées dans cette recherche n'ont en réalité que très peu recours au dépôt de brevet. La mise en place de barrière de protection de leurs droits à la propriété intellectuelle ne semble pas non plus une priorité tant « *l'innovation* » qu'elles développent correspond davantage à « *la mise en œuvre d'un nouveau modèle d'exploitation* [86]», ce qui n'est pas brevetable en l'état. Les mouvements à l'œuvre liés, notamment, à la pénétration des enjeux liés aux développement technologiques au sein même des petites entreprises du numérique et de la création coïncident donc à l'intensification des « *articulations entre industries de la culture et de la communication sous l'égide des industries créatives*[87] ». Poussées par les libéralisations et les innovations technologiques, « *l'économie des industries de la culture devient très liée à celle des industries de la communication*. » Les industries créatives ont, depuis leur développement au Royaume Uni dans les années 1990, toujours étaient directement liées aux technologies de l'information communication :

« les deux notions se développent en parallèle et elles apparaissent comme les héritières directes des débats et propositions liées aux Tic [88] *»*

Ainsi, la définition des industries créatives retenue par l'OCDE, correspond à ce mouvement de développement parallèles des notions de créativité et d'innovation :

« L'approche est axée sur la technologie. Actuellement, la définition retenue indique que les industries créatives se créent à la périphérie des activités culturelles, parce qu'elles produisent principalement des services et des produits pour des branches économiques situées en dehors du secteur culturel (objets design, mode, instruments de musique, architecture, jeux vidéo, publicité, etc.). [89]*»*

Bouquillion souligne que dans les rapports officiels allemands sur les industries créatives, les modèles à l'œuvre dans les industries culturelles et créatives « *essaiment* » dans les autres branches de l'économie sous l'impulsion des pouvoirs publics :

« *C'est notamment l'un des enjeux des politiques publiques en faveur des industries créatives que de favoriser cet essaimage, en particulier parce que les modes d'organisation de la production et du travail à l'œuvre dans les industries créatives doivent s'étendre à de larges pans de l'économie*.[90] »

Dans les faits, il semble difficile de distinguer, parmi les 60 petites entreprises constituant le terrain de cette recherche, les petites entreprises agissant dans les industries créatives, de celles agissant dans les industries communicationnelles, voire de celles agissant dans les industries

---

[85] Ibid.
[86]Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication »
[87] Ibid.
[88] Ibid.
[89] https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/le-tourisme-et-l-economie-creative/les-industries-creatives-dans-l-economie-du-savoir_9789264222175-4-fr consulté le 23/03/2022
[90] http://www.observatoire-omic.org/pdf/1110743245Bouquillion_LeyCorf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf consulté le 29/09/2020

de la culture**.** L'éligibilité aux dispositifs fiscaux de financement de la recherche et de l'innovation, pour la quasi-totalité des entreprises de notre panel, sans discrimination liée à l'appartenance sectorielle, laisse à penser que la caractéristique commune et principale à l'ensemble des structures étudiées est d'agir dans les TIC avant d'agir dans les industries culturelles. Ainsi, les dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation et à la R&D semblent également s'adosser aux définitions floues des industries créatives, appliquées par les différentes institutions européennes et nationales. Du côté des petites entreprises étudiées, ce flou sémantique s'apparente à un avantage non négligeable tant il permet d'accéder à des financements divers. Cette idée est confirmée par Moeglin (2015), pour qui la revendication d'un positionnement « *innovant* » et/ ou « *créatif* » par les acteurs eux-mêmes est mobilisée en vue, essentiellement, d'obtenir des financements :

> « *La référence aux thématiques de l'économie ou de la société créative est souvent un miroir aux alouettes, voire un stratagème pour orienter les financements, notamment les financements européens, vers des projets n'ayant pas forcément toute l'utilité sociale requise.* [91]»

La question de l'emploi dans les petites entreprises du numérique et de la création en lien avec l'articulation entre les différentes notions évoquées

Dans la recherche en SIC, plusieurs auteurs qui s'intéressent aux activités et aux filières du numérique et de la création questionnent également les modalités liées aux emplois créés. C'est la notion de « *flexibilité* » de l'emploi et de l'organisation en lien avec le numérique qui est la plus régulièrement interrogée, notamment dans les secteurs de la presse :

> *« Cette organisation flexible observable dans nombre d'entreprises des industries culturelles et numériques (Deuze, 2007), en termes de postes de travail mais aussi de temps de travail, et dans une certaine mesure en production journalistique, se couple à une absence de formalisation des statuts, des règles structurant cette polyvalence et les obligations professionnelles.*[92] »

La notion de flexibilité apparaît, comme le soulignent Bouquillion, Miège et Moeglin (2015), comme « *corollaire de l'injonction créative* [93]». Dans les rapports publics portant sur les filières du numérique, de la création, et des industries culturelles et créatives, c'est davantage sous l'angle de la quantité d'emplois créés que la question est abordée. Les données collectées dans cette recherche permettent de questionner l'hypothèse soutenue dans la majorité des rapports officiels selon laquelle les industries culturelles et créatives permettent de créer de nombreux emplois et de la croissance. Or, nous verrons dans la prochaine partie de cette recherche doctorale, que dans le cas des petites entreprises du numérique et de la création soutenue dans le cadre des dispositifs de soutien à l'innovation, la création d'emploi appartient davantage à un discours idéalisé des industries créatives qu'à une réalité économique significative et chiffrable.

---

[91] Mœglin, P. (2015), « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité. » Communication & langages, 185, 49-66. https://doi.org/10.4074/S0336150015013058

[92] Damian-Gaillard, B., Rebillard, F., & Smyrnaios, N. (2009), « La production de l'information web: quelles alternatives? Une comparaison entre médias traditionnels et pure-players de l'internet. » New Media and Information: convergences & divergences.

[93] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/01-2015B-Bouquillon-Miege-Moeglin.pdf consulté le 13/10/2021

Ces discours promotionnels en faveur des industries créatives comme sources importantes de création d'emplois est l'œuvre d'auteurs comme Florida (2002). Le dynamisme économique des territoires tiendrait dans la capacité de ces derniers à :

> « *à former une classe créative, en attirant des personnes qui exercent des activités culturelles et/ou qui entreprennent des innovations technologiques et sociales, telles que les artistes, les écrivains, les universitaires, les scientifiques, les ingénieurs* [94]»

Or, les résultats de mon étude ne permettent pas de corroborer cette thèse. Il semble exister une corrélation entre le maintien d'emplois et l'obtention des financements publics, notamment du CIR. Cependant, il m'est impossible de justifier du fait que le dispositif permette de créer, à lui seul, de l'emploi au sein des petites entreprises du numérique et de la création. Dans le cas des entreprises de la trajectoire 1 (« d*es petites entreprises qui ne lèvent jamais de fonds mais s'inscrivent dans la durée (supérieure à 3 ans)* »), j'ai constaté une importante dépendance à l'égard du CIR et du CII. Notamment au niveau des « *dépenses de personnel concernant les chercheurs et techniciens de recherche* » [95]» qui sont largement liées à l'obtention des crédits d'impôts et qui sont largement corrélées aux montants des créances. Le dernier rapport de la CNEPI (commission nationale des politiques d'innovation) de juin 2021 sur l'évaluation du crédit d'impôt recherche confirme les résultats de mon étude :

> *« L'effet causal de l'augmentation de la créance CIR sur le niveau de l'emploi d'ingénieur dans l'entreprise ne semble pas spécifique aux ingénieurs, car l'ensemble de la masse salariale augmente consécutivement à celle de la créance du CIR* [96] »

Les résultats de mon étude montrent également que les chercheurs et techniciens de recherche embauchés dans les secteurs du numérique et de la création sont issus de formations d'ingénieurs, de développement web, ou de data sciences. Peu d'entre eux sont issus de formations ou de parcours dans la culture ou la création, y compris dans les masters industries culturelles ou de la communication, tels que ceux proposés à la Sorbonne Paris Nord ou à l'Université Paris 8, par exemple. Les embauches se font principalement en fonction des investissements réalisés en R&D, des objectifs à atteindre, et des projets menés. Pour les entreprises de la trajectoire 1, les embauches sont même largement conditionnées par les créances de CIR. De plus, les petites entreprises des ICC, toutes trajectoires confondues, bénéficiant du CIR, n'embauchent que très peu de jeunes docteurs (3 embauches parmi les 60 entreprises étudiées), et encore moins de contrats CIFRE (1 seule embauche). Ces résultats traduisent une utilisation autre des créances de CIR de la part des petites entreprises des ICC à contre sens des objectifs initiaux du dispositif qui ambitionne de créer des passerelles entre recherche privée et publique en favorisant notamment l'embauche de jeunes docteurs. Dans le cas de la trajectoire 1, les entreprises qui ne lèvent pas de fonds, vont utiliser le CIR pour maintenir de l'emploi existant, en investissant davantage dans du matériel permettant de mener à bien les opérations de R&D (cela se traduit par une augmentation des dotations aux amortissements du matériel et immatériel affecté à la R&D matérielle (tout le matériel informatique utilisé pour les projets de R&D) ou immatérielles (logiciels intermédiaires de

[94] Barois, B. (2020), « Le rôle attractif des industries créatives et culturelles dans la localisation des jeunes en France. » Region et Developpement, *51*, 45-64.
[95] https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23533 consulté le 02/11/2021
[96] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf consulté le 23/03/2022

calcul notamment), ainsi qu'à une augmentation des dépenses liées à des opérations de communication et de marketing.

Ces résultats corroborent ceux obtenus par Diaz (2011) dans le cas du financement public de l'innovation aux États-Unis :

> *« L'innovation visée par les pouvoirs publics est l'innovation technique, or l'exemple américain prouve que l'emploi vient, non pas de l'innovation technique, mais des innovations non techniques, notamment en matière de marketing (avec un ratio de 90 % en faveur des créations d'emplois issues des innovations non technologiques par rapport aux créations d'emploi d'origine technologique).* [97]*»*

Une autre étude menée par Sicsic (2019), intitulée « *L'effet des aides à la R&D sur l'emploi : une évaluation pour les petites entreprises en France* », soutient que le CIR aurait des *« des effets positifs sur l'emploi hautement qualifié (et R&D) mais qu'il existerait aussi des effets d'aubaine* [98]». Ces effets d'aubaine se traduisent par une augmentation « *des dépenses de personnel hautement qualifié et en R&D (...) mais nettement inférieur à l'augmentation des aides reçues, notamment à partir de 2008.*[99] » Il sera démontré dans la suite de cette recherche doctorale que toutes les études officielles relatives à l'efficacité des dispositifs de financement de la R&D et de l'innovation se concentrent essentiellement sur les grandes voire très grandes entreprises, de tous les secteurs. L'originalité de l'étude menée dans cette recherche doctorale repose sur le fait qu'elle ne concerne que les petites voire très petites entreprises du numérique et de la création. De fait, certains résultats des rapports officiels correspondent à ceux de mon étude, notamment sur l'importance du CIR dans la trajectoire des petites entreprises, mais ces rapports vont rarement au-delà de ces résultats.

Les critères d'éligibilité du CIR favorisent l'embauche des salariés diplômés d'écoles d'ingénieurs ou issus de parcours scientifiques :

> *« les chercheurs sont des scientifiques ou des ingénieurs travaillant à la conception ou à la création de connaissances, de produits, de procédés, de méthodes ou de systèmes nouveaux. Sont assimilés aux ingénieurs, les salariés qui, sans remplir les conditions de diplôme, ont acquis cette qualification au sein de leur entreprise. La qualité de scientifique est reconnue aux titulaires d'un diplôme de niveau master au minimum ou d'un diplôme équivalent.* [100] *»*

Les petites entreprises du numérique et de la création qui mènent des projets développement ou développent des briques de recherche et qui bénéficient du CIR auront donc tendance à prioriser l'embauche de chercheurs ou techniciens de recherche pour conserver leur éligibilité au dispositif. Cette logique participe de la pénétration de la thématique du numérique au sein des industries culturelles et joue un rôle dans le rapport de force entre industries culturelles et industries de la communication :

---

[97] Diaz, *H.* (2011), « Les jeunes entreprises innovantes » Marché et organisations, 13, 197-211. https://doi.org/10.3917/maorg.013.0197

[98]https://www.researchgate.net/profile/MichaelSicsic/publication/330534606_L'effet_des_aides_a_la_RD_sur_l'emploi_une_evaluation_pour_les_petites_entreprises_en_France/links/5c46de54a6fdccd6b5bf2c89/Leffet-des-aides-a-la-R-D-sur-lemploi-une-evaluation-pour-les-petites-entreprises-en-France.pdf
consulté le 02/11/2021

[99] Ibid.

[100] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6498-PGP.html/identifiant=BOI-BIC-RICI-10-10-20-20-20210713 consulté le 2/11/2021

> *« La thématique du numérique accompagne et favorise la mise en place de rapports de force en faveur des acteurs des industries de la communication et non pas des acteurs des industries culturelles [102] »*

Cette logique s'observe également au sein de mon terrain de recherche. Les petites entreprises du numérique et de la création, en privilégiant le financement de leur activité via les dispositifs de financement de la R&D et de l'innovation, s'engagent dans une démarche où l'activité principale de l'entreprise est centrée sur l'innovation technologique. L'activité culturelle est appréhendée comme un support (permettant notamment de générer des données) au service des dispositifs technologiques, qui eux permettent de financer l'activité via les embauches et le développement de l'activité. Je reviendrai sur ce point central, dans la seconde et la dernière partie de cette recherche doctorale.

La question du dépôt de brevet et la propriété intellectuelle dans les petites entreprises du numérique et de la création

Dans le rapport de 1983 *« Making a business of Information »* commandé par Margaret Thatcher, l'artiste est appréhendé comme un « *créateur entrepreneur* [103]». L'entrepreneuriat et la créativité apparaissent comme des notions voisines dans un objectif de valorisation marchande de la démarche créative dont les TIC permettent la diffusion massive. Dans le texte, il est également souligné que l'une des priorités de l'action publique doit être :

> *« de faire respecter les lois sur la propriété intellectuelle, maillon clef de la valorisation, mais moins sous la forme de droits d'auteurs et droits voisins que sous celle des brevets, marques et appellations d'origine [104] »*

La protection de la propriété intellectuelle par le brevetage apparait alors comme un outil essentiel de la valorisation de la créativité. Pour Bullich (2018) :

> *« Les droits de propriété intellectuelle, par l'institution d'un mécanisme d'exclusion, ou plutôt de conditionnement de l'utilisation, transforment donc l'idée — exprimée ou concrétisée — en marchandise [105] »*

Au niveau des entreprises éligibles aux dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D, la démarche de protection intellectuelle est sensiblement similaire à celle à l'œuvre dans les ICC. Considéré comme un indicateur central de croissance, de progrès et de compétitivité, le dépôt de brevet apparaît, dans un nombre important de rapports officiels, comme l'outil de référence de mesure de l'innovation du côté des pouvoirs publics. L'invention est synonyme d'innovation :

---

[102] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf consulté le 23/03/2022

[103] Ibid.

[104] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/supplement-b/01-industries-du-contenu-et-industries-de-la-communication-contribution-a-une-deconstruction-de-la-notion-de-creativite/ consulté le 23/03/2022

[105] Bullich V. (2018), « Le fonctionnement ambivalent de la propriété intellectuelle dans « l'économie *créative », Communication* vol. 35/2

> *« Avec 10 554 demandes, la France reste en 5e position au classement général des pays déposants le plus de demandes de brevets à l'OEB, derrière les Etats-Unis (44 293 demandes), l'Allemagne (25 954), le Japon (21 841), et la Chine (13 432)* [106]*»*

Selon la définition de l'INPI, le brevet *« protège une invention technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème technique donné.*[107] *»* Parmi les dépenses de recherche éligibles au CIR, « *les frais de prise et de maintenance de brevets et de certificats d'obtention végétale (COV) ouvrent droit au crédit d'impôt recherche*.[108] » Cependant, seules deux entreprises du numérique et de la création, sur les 60 étudiées ont engagé de telles dépenses. Cette analyse corrobore celle du rapport de la CNEPI qui souligne que :

> *« En ce qui concerne les performances en aval de la R & D, l'étude IPP-PSE n'observe pas d'impact significatif sur la probabilité de déposer un brevet* [109] *»*

Cependant, les résultats de ma recherche doctorale ne corroborent pas ceux de l'INPI pour qui la communication numérique et l'informatique sont considérées par les acteurs publiques institutionnels comme l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle), comme des « *secteurs clés de l'innovation* » :

> *« Parmi les autres secteurs clés de l'innovation, la « communication numérique » et l'« informatique », se sont cette année encore distingués en se classant respectivement 2e et 3e secteurs les plus innovants, malgré une croissance plus faible qu'en 2019.* [110]*»*

Dans les rapports officiels portant sur l'économie et les industries créatives, notamment au niveau international, l'action publique doit :

> *« Défendre les droits de la propriété intellectuelle et favoriser leur extension vers de nouveaux secteurs d'application.*[111] *»*

Du côté du crédit impôt recherche, la procédure de dépôt d'un brevet ne permet pas de garantir le caractère innovant, à elle seule, des travaux de R&D. Les frais de dépôt, de défense, d'assurance et de maintenance des brevets, quel que soit le lieu où ils ont été engagés et dans la limite de 60 000 euros par an sont des dépenses éligibles au CIR, à condition que l'entreprise engagent dans un même temps des dépenses de personnel R&D. Les projets de recherche menés par les petites entreprises des ICC consistent plus fréquemment dans ce que Bouquillion (2010) nomme « *la mise en œuvre d'un nouveau modèle d'exploitation, lequel n'est pas brevetable*. »

---

[106] https://www.inpi.fr/fr/internationales/barometre-2020-de-l-oeb-stabilite-pour-les-demandes-de-brevets-europeens-la-france-2e-pays-le-plus consulté le 23/03/2022

[107] https://www.inpi.fr/fr/comprendre-la-propriete-intellectuelle/le-brevet/ce-qui-est-brevetable-ou-pas#:~:text=Un%20brevet%20prot%C3%A8ge%20une%20invention,les%20concr%C3%A9tiser%20peuvent%20l'%C3%AAtre. Consulté le 23/03/2022

[108] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6506-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-20-40-20140404 consulté le 23/03/2022

[109] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf consulté le 23/03/2022

[110] Ibid.

[111] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258). Saint-Denis: Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241"

Pour l'INSEE « *l'information-communication reste le premier secteur en matière d' innovation avec un taux de sociétés innovantes de 73 % entre 2014 et 2016.* » L'innovation étant, selon cette étude, définie par le dépôt de brevet. Les résultats de notre étude démontrent que 33 entreprises sur 60 étudiées ont été ou sont éligibles au statut de jeune entreprise innovante (JEI). Néanmoins, seules deux d'entre elles ont déposé des brevets. Ces 33 petites entreprises sont traversées par des problématiques liées aux NTIC et sont considérées, par leur éligibilité au statut fiscal de JEI, comme des petites entreprises « *innovantes* » aux yeux des pouvoirs publics. La différence avec les études menées par l'INSEE et par l'INPI se joue certainement sur deux points :

- Mon étude concerne des TPE ou des petites PME, moins enclines à protéger leur « *innovation* » et le fruit de leur R&D, par manque de temps, de moyens ou de connaissances des enjeux, que des ETI et des grandes entreprises. Les entreprises de télécommunication internationales comme Samsung, Huawei et LG sont les plus gros demandeurs de brevets dans le monde.
  « Les trois organismes français qui génèrent le plus de demandes de brevets européens sont : le Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives (520 demandes, - 12,9 %), 37e mondial, Safran (424, + 3,2 %), 48e mondial et Saint-Gobain (413, + 14,4 %) [112]*»*
  De fait, dans des filières très concurrentielles comme celles du numérique et de la création, le dépôt de brevet est considéré par les pouvoirs publics, comme un indicateur déterminant d'innovation. L'inadaptabilité de ce système aux caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création fera l'objet de la seconde partie de cette recherche doctorale.

- La définition de ce qu'est l'innovation est sa matérialisation dans les études menées par les institutions telles que l'INSEE peut différer des projets d'innovation menés par les petites entreprises du numérique et de la création. L'Institut considère l'innovation comme :

  « l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale. Deux types d'innovation sont distingués : les innovations de produits (biens ou services) et de procédés (incluant les innovations d'organisation et de marketing). [113]*»*
  Or, comme pour le dépôt de brevet (qui sera évoqué dans les prochaines pages du manuscrit), cela n'est pas opérant pour les petites entreprises étudiées.

D'autres pays européens ont mis en place des dispositifs de soutien aux entreprises dites « *innovantes* ». Cela est notamment le cas en Italie où les pouvoirs publics ont mis en place en 2012 le programme « *Start-up Act* ». Le caractère innovant est avéré si l'une des conditions suivantes est remplie :

---

[112] https://www.inpi.fr/fr/internationales/barometre-2020-de-l-oeb-stabilite-pour-les-demandes-de-brevets-europeens-la-france-2e-pays-le-plus consulté le 23/03/2022

[113] https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1182 consulté le 02/11/2021

« (i) les dépenses de R&D représentent au moins 15% des coûts ou des revenus de l'entreprise ; (ii) 1/3 des employés sont docteurs/doctorants et/ou 2/3 des employés détiennent un master ; (iii) l'entreprise détient un brevet ou une licence de brevet, ou a créé un logiciel.[114] *»*

L'efficacité de ces différents dispositifs publics en faveur de l'innovation et de la R&D est en partie mesurée par le nombre de brevets déposés. Néanmoins, bien que les petites entreprises du numérique et de la création, étudiées ici puissent en bénéficier, elles ne déposent peu, voire pas de brevets. Afin de mieux appréhender le caractère innovant des entreprises de mon panel, j'ai parcouru les différents dossiers d'éligibilité aux dispositifs de soutien à l'innovation réalisés entre 2004 et 2020 pour justifier de l'éligibilité aux crédits d'impôts recherche/ innovation, au statut de JEI, aux subventions régionales et BPI France. Le tableau ci-dessous démontre une grande diversité dans les activités de R&D des petites entreprises du numérique et de la création.

Tableau 1 : Activité de R&D et d'innovation décrite par les petites entreprises dans les dossiers d'éligibilité aux dispositifs de Jeune Entreprise Innovante (JEI), CIR, CII – les petites entreprises sont susceptibles de réaliser plusieurs projets de R&D et/ ou d'innovation en simultané

Activités de R&D déclarées par les entreprises du panel	Nombre d'entreprises concernées
Création et design végétal	**1**
Plateforme de financement	**1**
Plateforme mise en relation	**6**
Plateforme de streaming	**2**
Plateforme RH	**2**
Plateforme de cartographie 3D	**3**
Plateforme de marketplace	**3**
Matériel multimédias	**1**
Plateforme logicielle	**1**
Robots conversationnels	**2**
Outils d'analyse	**4**
Système d'exploitation jeux vidéo	**1**
Edition de jeux vidéo	**4**
Agrégateur de contenus	**1**
Outil d'indexation web profond	**1**
Collecte et traitement de vidéos	**1**
Systèmes embarqués/ clients légers	**2**
Technologies sans fil	**1**
Réseau social	**5**
Applications mobiles	**1**

[114] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf consulté le 02/11/2021

Traitement de données massives	**15**
Solutions marketing et e-commerce	**3**
Collecte de données massives	**15**
Sites internet/ portail internet	**8**
Développement d'algorithmes	**7**
Edition logiciels RH	**4**
Briques d'IA	**5**
Systèmes d'informations	**5**

Comme en témoigne ce tableau récapitulatif, près de la moitié des activités déclarées au titre du CIR et du CII par les 60 entreprises étudiées dans cette recherche concernent des activités de développement de solutions ou d'outils de collecte, de traitement, et d'analyse des données massives. Plusieurs d'entre elles, agissent dans la production de données liées aux pratiques de consommation de biens culturels (sous la forme de plateformes collaboratives, ou de réseaux sociaux, etc.) qui se matérialisent par le développement de solutions algorithmiques de prescription culturelle.

Ces données sont également exploitées à des fins de ciblage d'offres marketing et commerciales ou dans le cadre de développement de réseaux sociaux, ou de plateformes de mise en relation. La collecte et le traitement de ces données utilisateurs ne sont pas l'apanage d'un secteur particulier des industries de la culture et de la communication, mais sont transposables à une large palette d'activités. On retrouve ainsi ces dispositifs technologiques tant dans des portails internet de partage d'activités culturelles pour les enfants, que dans un réseau social de partage d'avis et de notes entre cinéphiles. L'exploitation des données massives transcende les secteurs d'activités et se trouve aussi bien dans les grandes entreprises que dans les structures de très petites tailles embauchant moins de 15 salariés.

Cependant, ces activités de R&D ne sont pas brevetables, dès lors qu'il s'agit de transposer des technologies et des dispositifs techniques à d'autres secteurs d'activités. Ainsi, les outils de collecte et de traitement des données tels qu'ils ont ici été présentés, ne couvrent pas une « *innovation majeure* » et encore moins « *disruptive* » par rapport aux autres dispositifs existants, mais ont pour facteur différenciant d'être utilisés dans des secteurs des industries culturelles, ou leur utilisation ne faisait pas légion. Cette adaptation aux secteurs des ICC s'applique également pour les technologies sans fil, les briques d'intelligence artificielle, l'édition de logiciels développées par les petites entreprises étudiées. Bullich (2018) s'est penché sur les nouvelles technologies dans les SHS :

> *« Ce qui motive l'intérêt des chercheurs en SHS se rapporte aux mutations sociales imputables à ces nouveaux dispositifs « Big Data et traitement algorithmique ». En effet, ceux-ci seraient en passe d'investir de multiples sphères professionnelles et domestiques et configureraient un nombre croissant d'activités tant publiques que privées. Illustrant le phénomène, le néologisme « data-ification » s'impose progressivement dans les entreprises et les administrations afin de désigner « le nouvel âge » des systèmes d'information au sein de ces organisations (Delort, 2015).*[115] »

[115] Bullich, V. & Clavier, V. (2018), « Production des données, « Production de la société ». Les Big Data et algorithmes au regard des Sciences de l'information et de la communication. » Les Enjeux de l'information et de la communication, 19(2), 5-14. https://doi.org/10.3917/enic.025.0005

Les résultats de notre étude croisée des critères d'éligibilité des différents dispositifs publics de financement de la R&D ainsi que de l'analyse approfondie des activités d'innovation menées par les petites entreprises, démontrent également que la collecte et le traitement des données dans les ICC répond d'un côté des stratégies de financement et de développement de l'activité pour les fondateurs de petites entreprises, et d'un autre côté, d'ambitions de la part des acteurs et autorités publiques en charge du financement du progrès technologique, de la compétitivité, et de la croissance. Cette double articulation permet de situer l'importance croissante des dispositifs techniques liés au traitement des données massives dans l'ensemble des secteurs d'activités, y compris au sein des industries culturelles. Pour Bullich toujours,

> *« Cet essor de la production et du traitement des données est particulièrement visible au niveau des services de marketing ou des ressources humaines notamment (Ibid.), mais également dans le cadre des « stratégies de production de l'information publique » (Bardou-Boisnier et Pailliart, 2012) et du « gouvernement par les nombres », selon l'expression d'A. Desrosières (2008), conduits par l'Etat et ses administrations.* [116]*»*

Les stratégies liées à la comptabilisation des aides à la R&D et à l'innovation :

- *Les subventions à l'innovation et à la R&D :*

Les subventions peuvent présenter certains avantages par rapport aux autres moyens de financements. En premier lieu et dans la quasi-totalité des guichets de financements, la subvention n'est pas à rembourser et ne constitue pas une dette pour l'entreprise bénéficiaire. Cependant, l'obtention de subventions se réalise très souvent sous condition de fonds propres et peut nécessiter l'accompagnement d'un intermédiaire – expert-comptable ou cabinet de conseil – car l'État, la région ou l'institution à l'origine de la subvention va demander des comptes, des garanties et un dossier qui peut parfois s'avérer complexe à constituer. La subvention, qu'elle soit de fonctionnement ou d'équipement (comme cela est généralement le cas pour les aides à l'innovation) est comptabilisée dans le « *haut* [117]» du bilan ou dans le compte de résultat, comme un produit, et, mécaniquement, va impacter positivement les fonds propres de l'entreprise. Les conditions de versement de l'aide peuvent varier selon les dispositifs et les critères d'éligibilité du dispositif. Que ce soit BPI France, les guichets régionaux ou européens, les financeurs versent en général la subvention en deux voire trois fois, en fonction des avancées du projet financé par l'aide. Tout au long du projet financé, l'entreprise doit produire des justificatifs (factures, devis, etc.) pour débloquer les fonds. Cela est notamment le cas pour l'appel à projets « concours d'innovation I-Nov » de BPI France pour lequel la subvention est versée de la manière suivante :

> *« Un premier versement à hauteur maximale de 70% du montant de l'aide, dans la limite de 200K€, puis un ou deux versements intermédiaires réalisés sur présentation d'un état récapitulatif des dépenses intermédiaires et d'un rapport intermédiaire et*

[116] Ibid 113.

[117] Le « haut de bilan » désigne la partie supérieure de l'actif et la partie supérieure du passif d'un bilan. Il constitue un élément principal de l'analyse financière, étant donné qu'il concerne de nombreuses opérations d'ingénierie financière. (https://avocats-libert.fr/finance-et-droit-bancaire/operations-de-haut-de-bilan/#:~:text=Le%20%C2%AB%20haut%20de%20bilan%20%C2%BB%20d%C3%A9signe,nombreuses%20op%C3%A9rations%20d'ing%C3%A9nierie%20financi%C3%A8re.)

pour finir le solde, de 20 % minimum, versé suite à la remise d'un rapport final. Notez que pour cet appel à projet l'aide donnée est constituée pour 2/3 de subvention et 1/3 d'avance remboursable. [118] »

La comptabilisation des investissements réalisés en R&D pour les petites entreprises du numérique :

Une des caractéristiques communes aux 60 petites entreprises étudiées dans cette recherche est qu'elles réalisent des investissements pour mener à bien leurs projets de R&D et/ou d'innovation. Ces investissements, humains et matériels sont réalisés, pour la quasi-totalité des entreprises étudiées, tout au long de leur existence. Dans certains cas, notamment lorsque l'entreprise est achetée par un acteur industriel ou lorsque la stratégie change, les investissements en R&D baissent voire s'arrêtent. Dans le cas d'une partie des entreprises de la trajectoire 1, qui ne lèvent jamais de fonds et ont un chiffre d'affaires relativement faible, les investissements en R&D créent une charge qui n'est pas compensée par un produit. Le résultat de l'entreprise est donc négatif, parfois pendant plusieurs exercices consécutifs, venant mécaniquement baisser le niveau des fonds propres[119]. Les fondateurs qui disposent d'un capital social significatif peuvent assumer les investissements réalisés en début d'activité, étant donné que les crédits d'impôts sont calculés sur la base « *des dépenses indiquées dans la déclaration annuelle de revenus et versés avec une année de décalage*[120] ». Les méthodes de comptabilisation de la R&D représentent un enjeu central de la trajectoire des petites entreprises du numérique. Elles traduisent des stratégies d'acteurs et c'est pour cette raison qu'il est important d'explorer ce qui se joue.

Certains mécanismes comptables permettent de limiter l'érosion rapide des fonds propres, notamment par une valorisation comptable des travaux de recherche. La « production immobilisée » permet d'immobiliser les dépenses de personnel réalisées et de les amortir sur plusieurs exercices. Perrin (2016) explique ce mécanisme :

> *« Une entreprise qui rémunérait un salarié pour le développement d'un nouveau produit pourrait immobiliser les coûts sur l'année en passant en produit une production immobilisée équivalente à la charge et en intégrant cette production immobilisée (actif immatériel). L'actif est ensuite amorti sur une période de 5 à 10 ans. Il s'agit ici aussi de ralentir la dégradation des fonds propres.*[121] »

---

[118] https://www.bpifrance.fr/nos-appels-a-projets-concours/appel-a-projets-concours-dinnovation-i-nov consulté le 31/03/2022

[119] *« En finance, la notion de capitaux propres symbolise la trésorerie de l'entreprise toujours disponible au sein de celle-ci. On parle de capitaux propres ou fonds propres pour définir tout ce que l'entreprise possède à l'exception de ses dettes. Les capitaux propres constituent une ressource stable pour l'entreprise (l'autre ressource étant l'endettement). La loi oblige les sociétés à détenir un montant minimal de capitaux propres au moins égal à la moitié du capital social, dans le cas contraire l'entreprise doit procéder à une assemblée générale, décider de son sort et soit régulariser sa situation dans les 2 ans soit dissoudre l'entreprise. »* https://www.l-expert-comptable.com/fiches-pratiques/qu-est-ce-que-les-capitaux-propres.html

[120] https://www.economie.gouv.fr/particuliers/prelevement-source-credits-impot#:~:text=Le%20cr%C3%A9dit%20d'imp%C3%B4t%20correspond,Direction%20g%C3%A9n%C3%A9rale%20des%20Finances%20publiques. Consulté le 15/04/2022

[121] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 64)

Ce mécanisme permet d'améliorer le résultat de l'entreprise l'année où sont réalisés ces investissements en R&D. Cependant, ce résultat sera diminué lors des prochains exercices du fait des dotations aux amortissements qui vont peser sur la rentabilité et la valorisation de la structure. Ces mécanismes permettent ainsi de ne pas impacter les fonds propres mais n'ont pas d'incidence sur la trésorerie puisque les flux de trésorerie s'opéreront toujours au moment de l'acquisition du matériel ou des dépenses de salaires de recherche.
Concernant le crédit d'impôt recherche (CIR), dans le cas où l'entreprise est soumise à l'IS (*Impôt sur les Sociétés*), le CIR s'impute sur l'impôt à payer au titre de l'exercice fiscale écoulé. Dans ce cas, c'est l'écriture suivante qui est comptabilisée :

- Le compte 444 est débité « Etats-impôts sur les bénéfices »,
- Le compte 695 est lui crédité « Impôt sur les bénéfices [122]»

Cependant, les petites entreprises qui sont au début de leur développement commercial ou de leur projet de R&D, ne génèrent généralement que peu voire pas de profits et ne sont donc pas redevables de l'IS. Dans ce cas de figure, Perrin (2016), souligne l'existence d'une :

> *« Disposition permet* (qui) *aux Petites Entreprises Innovantes (qualifiées comme telles par l'administration) et aux PME (au sens communautaire) de solliciter la restitution du solde. Dans le cas où une entreprise ne pourrait imputer le montant de son CIR sur un IS inexistant, celle-ci peut demander le versement du CIR en numéraire.[123] »*

Malgré la possibilité d'une restitution de la créance de CIR pour les petites entreprises non redevables de l'IS, il est important de souligner que les crédits d'impôts (y compris le CIR) se déclarent « au moment de la clôture des comptes *« et du dépôt de la liasse fiscale, soit au mois d'avril N+1. Les versements sont ensuite effectués dans un délai de quelques semaines à quelques mois. Les entreprises doivent donc être en mesure de disposer de la trésorerie suffisante pour les projets dans leur globalité avant de percevoir le financement indirect. [124]»*
Le CIR diminue « *le coût d'usage du capital de la R&D comme il diminue le coût des chercheurs. Par exemple, supposons une dépense de 100 000 euros de R&D entièrement éligible au CIR, le coût de la R&D sera au final de 70 000 euros pour l'entreprise* [125]».
Dans un article de 2005, traitant de la *pertinence de l'inscription à l'actif des frais de R&D*, des chercheurs en sciences de gestion soulignent la pertinence du « *traitement uniforme des frais de R&D (quel que soit leur succès) est parfaitement fiable, conforme au principe de prudence, mais peu pertinent car il ne permet pas de communiquer de l'information au marché »*. Les résultats de cette étude montrent notamment que :

> *« les firmes qui inscrivent à l'actif leur R&D ont des rendements boursiers moins élevés et sont moins bien valorisées par le marché que les entreprises qui passent en charge les frais de R&D. Plus spécifiquement, il existe une association négative entre la R&D inscrite à l'actif et les variables de marché (rendements boursiers, cours du titre) et une*

[122] https://www.compta-facile.com/comptabilisation-du-credit-d-impot-recherche-cir/ consulté le 02/11/2021
[123] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 100)
[124] Ibid.
[125] https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/notes/2015/note55.pdf consulté le 11/10/2021

relation positive entre la R&D passée en charges et ces mêmes variables de marché.[126] »

Les entreprises – et leur conseil – ont, sous certaines conditions, la possibilité d'immobiliser les frais de dépenses de développement et, ainsi, de les comptabiliser à l'actif. En effet, si les projets menés ont « *de sérieuses chances de réussite technique et de rentabilité commerciale*[127] » Le cadre réglementaire précise que :

> *« La comptabilisation des coûts de développement à l'actif constitue la méthode de référence en France. Le maintien en charges de ces coûts reste possible. L'option choisie doit être exercée pour l'ensemble des projets de l'entreprise, et non projet par projet. En outre, l'option choisie est également retenue en fiscalité pour la détermination du résultat imposable.* [128]»

Ainsi, les petites entreprises de mon panel, ayant réalisé des investissements de recherche et développement, se voient proposer deux possibilités de traitement comptable de ces frais. S'agissant des dépenses dites de « recherche » (définis par l'Autorité des normes comptables - A.N.C - comme « *l'ensemble des travaux qui concourent à l'analyse des propriétés, des stru*ctures *physiques et naturels en vue d'organiser en lois générales, au moyen de schémas explicatifs et de théories interprétatives, les faits dégagés de cette analyse. Ces travaux sont entrepris par pure curiosité scientifique ou pour apporter une construction théorique à la résolution de problèmes techniques*.[129] »), elles doivent obligatoirement être comptabilisées en charges et ne peuvent être incorporées « *ultérieurement dans le coût de production d'une immobilisation*[130] ». Les dépenses de recherche fondamentale ne répondent pas aux conditions « *d'immobilisation puisqu'il existe une incertitude quant aux avantages économiques futures qu'ils conféreront à l'entreprise qui les a engagés* [131]».
Il semble important de souligner ici que peu d'entreprises du numérique, y compris parmi les 60 étudiées, répondent aux caractéristiques de la recherche fondamentale retenues par l'A.N.C. Nous y reviendrons dans la suite de cette recherche doctorale car cela constitue un point central des caractéristiques des structures étudiées.
S'agissant des frais dits de « développement », qui comprennent le développement « expérimental » (« *travaux systématiques fondés sur des connaissances obtenues par la recherche ou l'expérience pratique, effectués en vue de la production de matériaux, dispositifs, produits, procédés, systèmes ou services nouveaux, ou encore leur amélioration substantielle*[132] »), et la recherche dite « appliquée » (« *recherche entreprise soit pour discerner les applications possibles des résultats d'une recherche fondamentale, soit pour trouver des solutions nouvelles permettant d'atteindre un objectif déterminé choisi à l'avance.* » [133]), ces

---

[126] Cazavan-Jeny, A. & Jeanjean, T. (2005), « Pertinence de l'inscription à l'actif des frais de R&D : une étude empirique. » Comptabilité Contrôle Audit, 11, 5-21. https://doi.org/10.3917/cca.111.0005

[127] https://www.legifiscal.fr/impots-entreprises/impot-benefices/benefices-imposables-ir-is/frais-de-developpement-regles-comptables-et-fiscales.html#:~:text=Sous%20certaines%20conditions%2C%20l'article,et%20doivent%20rester%20en%20charges. Consulté le 23/05/2022

[128] Ibid.

[129] https://www.compta-facile.com/comptabilisation-frais-de-recherche-et-developpement-rd/ consulté le 22/05/2022

[130] Ibid.

[131] Ibid.

[132] Ibid.

[133] Ibid.

derniers peuvent être comptabilisés directement en charges ou être inscrits à l'actif en immobilisations. Notons que les entreprises étudiées dans cette recherche doctorale sont davantage à même de réaliser des investissements de développement, et de fait, comptabilisent ces investissements en charges. L'activation des frais de développement se matérialise par le débit du compte « Frais de recherche et de développement », et par le crédit du compte « production immobilisée – immobilisations incorporelles ». Une fois immobilisés, les frais de développement « doivent être amortis sur leur durée réelle d'utilisation[134] », en général moins de cinq ans. Ce retraitement comptable des frais de développement n'est pas anodin dans la trajectoire et la valeur de l'entreprise, notamment de la petite entreprise du numérique. Pour Cazavan-Jeny, et Jeanjean (2005), la différence de comptabilisation des investissements de R&D a pour conséquence potentielle :

> *« L'existence d'une différence entre la valeur comptable des capitaux propres et leur valeur de marché provient, notamment (mais pas exclusivement), de l'existence d'actifs ayant une valeur économique mais non reconnus en comptabilité, au premier rang desquels figurent les actifs de R&D.*[135] *»*

Ainsi, la comptabilisation des dépenses de R&D a un rôle important dans l'évaluation de la valeur des petites entreprises, notamment lors du montage d'un dossier de financement auprès de la BPI, de l'IFCIC, ou d'une banque privée, mais également lors d'une opération de levée de fonds ou de cession.
Dans le cas où les investissements de développement ne seraient pas correctement inscrits à l'actif de l'entreprise,

> *« l'intensité de l'association entre les valeurs de marché et la valeur comptable des capitaux propres ne devrait pas-être significativement modifiée par l'existence d'actifs de R&D.*[136] *»*

Ainsi, les choix liés à la comptabilisation des frais de R&D ont un impact sur la valeur de l'entreprise aux yeux d'investisseurs potentiels, - mais n'ont pas d'impact sur l'obtention du crédit d'impôt recherche – et peuvent traduire une stratégie de la part des fondateurs dans le cadre d'une levée de fonds ou dans le cadre d'une activité autofinancée et dite « indépendante » dans la mesure où les fondateurs gardent la main sur le capital de la structure.

Ne pas lever de fonds : problème de valorisation de l'activité ou stratégie des fondateurs ?

Les différents entretiens menés avec des fondateurs d'entreprises, des responsables d'investissement, et des acteurs du conseil et de l'accompagnement, ainsi que les données collectées dans cette recherche ont mis en avant plusieurs éléments concernant l'absence de levées de fonds par près de la moitié des 60 entreprises étudiées.
Un premier niveau d'explication concerne certains des fondateurs de la trajectoire 1 qui souhaitent garder la main sur la stratégie de l'entreprise en ne levant pas de fonds. Ne pas réaliser d'augmentation de capital permet ainsi de ne pas diluer leurs parts et perdre leur contrôle sur l'entreprise. Ils vont donc davantage privilégier l'autofinancement et le recours aux fonds publics non dilutifs tels que les crédits d'impôts et les subventions. Dans le cas unique de la trajectoire 7, les co-fondateurs ont, après 10 années d'autofinancement, réalisé

[134] Ibid.
[135] Ibid 123.
[136] Ibid 123.

une première levée de fonds afin de financer leur internationalisation et car, semble-t-il, l'autofinancement ne permettait pas d'accéder à certains marchés internationaux très concurrentiels.
Un second niveau est issu des différents entretiens menés avec les acteurs privés du financement qui semblent se désintéresser quelques peu ou mal connaître les filières des industries de la culture, considérées comme « risquées et incertaines », et qui ne permettent pas de réaliser un retour sur investissement à court terme avec des multiples de rendement aussi élevés que dans d'autres secteurs d'activités, notamment dans les filières des industries de la communication.
Dans les autres filières des industries culturelles, tant dans les secteurs du jeu vidéo, que de la presse en ligne, l'édition via internet, ou encore le marketing musical, les montants de crédit impôt recherche, ainsi que les prises de participations de la part des fonds d'investissements peuvent être très élevés. Le développement de briques de R&D peut expliquer la valorisation de ces activités. Cependant, il semble nécessaire de rappeler que dans ces secteurs des industries de la culture traversée par des enjeux forts de développement technologique,

> *« les situations de monopole ou d'oligopole y sont ultradominantes comme dans bien d'autres secteurs »* [137]

Une tension émerge alors avec la mise en place au sein des petites entreprises des industries culturelles d'un « *processus d'innovation* » reposant sur des investissements humains et matériels pour mener à bien des projets de recherche, ou du moins l'organisation autour du développement de briques technologiques qui représentent à la fois de potentielles opportunités de marché et un facteur supplémentaire d'incertitude et de risque. En effet, les données collectées dans cette recherche doctorale montrent que certaines petites entreprises, malgré un projet de R&D qui aboutit à une solution, un produit, ou une offre commercialisable, voire à un développement international, sont contraintes de cesser leur activité à cause d'éléments socio-économiques exogènes. Ces éléments sont souvent liés aux choix des fondateurs, ou à des « moments de vie » tels qu'un décès, ou un drame survenu dans la famille proche qui peuvent expliquer la cessation de l'activité. Cette trajectoire concernant également des entreprises ayant réalisés des levées de fonds très importantes et des structures en pleine croissance.

[137] Ibid 59.

CHAPITRE 2 : Le risque et l'incertitude auxquels sont exposés les petites entreprises du numérique et de la création

Les NTIC ont - entre autres effets - participé à l'émergence du développement de projets dits « d'innovation » dans les industries de la culture et de la communication. Ce mouvement s'est réalisé au niveau des modalités de financement des activités, comme cela a commencé à être évoqué dans le chapitre précédent. La possibilité d'accéder à des financements publics tels que le CIR, le CII et des aides directes et indirectes émanant de BPI France, des régions voire de l'Union Européenne en lien direct avec l'activité de R&D a favorisé la pénétration des logiques d'innovation au sein des ICC. L'insertion de ces logiques induit, du côté de nouveaux acteurs tels que les petites entreprises des ICC, une forme « *d'originalité* » technologique ou tout au moins un dynamisme commercial et promotionnel en vue de « *valoriser* » l'activité de R&D auprès des clients, partenaires, mais également acteurs financiers et bancaires.
Dans la doctrine fiscale (représentée par la Direction générale des finances publiques), la différence entre les notions d'innovation et de recherche et développement pour appréhender les critères d'éligibilité au CIR ou au CII est centrale. De fait, les montants alloués aux deux types de processus ne sont pas similaires, les salariés n'ont pas les mêmes qualifications, et surtout la finalité des projets et des activités diffère. La doctrine fiscale considère ainsi que :

> « *L'innovation revêt une orientation marché tandis que sa consœur, une orientation scientifique/technique. Autrement dit : Le projet d'innovation (...) permet la conception d'un produit ou prototype nouveau présentant des performances supérieures sur l'un de ces aspects : l'ergonomie, l'éco-conception, les fonctionnalités ou la technique.* [138]»

A la différence du projet de R&D qui lui, implique :

> « *une augmentation du niveau des connaissances par rapport à l'état de l'art et une confrontation aux verrous technologiques et difficultés qui auront été identifiés. La résolution de ceux-ci doit passer par la mise en place d'un processus créatif/inventif qui peut conduire à la publication d'articles/brevets.* [139] »

La distinction majeure s'opère donc sur la finalité du projet mené par les entreprises. Les projets de R&D visent « *l'augmentation de connaissances* » et à la publication de contributions à caractère scientifiques, ainsi que le dépôt de brevets ; quand le processus d'innovation conduit, lui, à l'amélioration de « *fonctionnalités techniques* » en vue de débouchés commerciaux via la mise sur le marché du produit ou service.
Une grande partie des petites entreprises étudiées qui sont éligibles aux dispositifs de soutien à la R&D et à l'innovation développent « *des modèles de sélection et de prescription nouveaux, via des systèmes logiciels, ou en mobilisant les internautes* [140] » et s'inscrivent dans les activités liées aux NTIC. Néanmoins, comme en témoigne mon étude quantitative, seules deux petites entreprises éligibles au CIR ont déclaré des dépenses de brevet, et aucune n'a, à notre connaissance, été à l'origine d'article scientifique. De fait, cela questionne la définition de la

[138] https://www.innovatech-conseil.fr/difference-entre-innovation-et-rd/ consulté le 05/10/2021
[139] Ibid.
[140] Ibid 58.

R&D et de l'innovation dans les secteurs du numérique et de la création, notamment au sein des entreprises de petite voire très petite taille.
Une première piste de réflexion sur le sujet a été proposée par Bouquillion (2010) :

> *« C'est essentiellement parce que la notion d'innovation prend, au sein des industries créatives, un sens très spécifique que ces dernières ont des difficultés à se financer, tant auprès des acteurs financiers que des dispositifs d'aide publique.* [141]*»*

Comme cela a précédemment été évoqué, la mise en place d'un processus d'innovation et la réalisation de projets de R&D nécessitent d'importants investissements humains, matériels, et surtout financiers dès le lancement de l'activité, et surtout sans garantie de retour sur investissement. Malgré l'existence de mécanismes comptables et fiscaux permettant de limiter le coût des investissements, ou du moins de le reporter, les petites entreprises qui s'engagent dans cette démarche se doivent d'avancer les frais (une entreprise bénéficiera pour la 1ère fois du CIR en 2020 au titre des dépenses de recherche engagées en 2019). De fait, les fondateurs doivent apporter un capital de départ suffisamment important pour supporter les investissements réalisés lors du premier exercice, voire pendant plusieurs années avant d'obtenir les fonds publics et/ ou d'avoir commercialisé une solution sur le marché. Dans cette recherche doctorale, il a très tôt été question du rôle des fondateurs dans la capacité à mobiliser des fonds de proches en début de projet – l'expression « love money » est employée pour définir une méthode de financement de l'entreprise par le renforcement des fonds propres grâce à l'aide de ses proches qui s'impliquent financièrement dans l'activité en devenant actionnaires –, mais également à obtenir les fonds publics disponibles tout au long de l'activité, et à lever des fonds à différents stades de développement de l'activité. Certains écrits en sciences de gestion considèrent « *l'intention stratégique des fondateurs* » comme le moteur principal de réussite du projet :

> *« L'intention stratégique des fondateurs dirige et oriente donc l'exploitation, le développement et le bénéfice tiré des ressources et compétences de l'entreprise.*[144] *»*

Or, l'étude des parcours et des diplômes des 120 fondateurs menée dans cette recherche doctorale souligne des éléments socio-économiques plus déterminants et structurants que la seule intention stratégique. Ainsi, les synergies entre les co-fondateurs, les diplômes obtenus, et les expériences antérieures structurent et conditionnent l'accès aux différents financements publics disponibles – y compris les crédits d'impôts qui nécessitent une certaine connaissance de la fiscalité française et la capacité à solliciter des conseils compétents sur le sujet -. Ces éléments socio-économiques liés la trajectoire des fondateurs conditionnent également l'accès aux fonds privés et bancaires. Ainsi, sur les 27 petites entreprises du panel qui ont levé des fonds, seules 8 ont été fondées par un entrepreneur esseulé, et sur les 40 petites entreprises du panel éligibles au statut de Jeune Entreprise Innovante[145] (JEI), 14 seulement ont été créées par un fondateur unique. Les autres sont le fruit d'une synergie des compétences des co-fondateurs, dans une très grande majorité des cas il s'agit d'entreprises co-fondées par un ingénieur ou développeur informatique et un profil commerce/ marketing/ finance. D'après les résultats de l'étude de terrain, 65% des petites entreprises du numérique et de la création sont éligibles au

[141] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société, Vol. 4, n° 2 |
[144] Coeurderoy R., Per Davidsson A.,. Lwango B.R, Gordon M ., Tywoniak S., (2013) « L'internationalisation des jeunes entreprises de hautes technologies : Le rôle des compétences internationales des fondateurs », Finance Contrôle Stratégie 16-1
[145] https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31188 consulté le 22/03/2021

statut JEI dès lors qu'elles sont co-fondées par un ingénieur et un diplômé d'école de commerce. Les synergies jouent un rôle dans la construction du projet de R&D et dans la valorisation de ce dernier auprès des investisseurs et des partenaires.
Les co-fondations sont également des facteurs importants pour rassurer les investisseurs potentiels dans le cadre d'une opération de levée de fonds, comme me l'ont confié plusieurs investisseurs interrogés. Néanmoins, les compétences seules des co-fondateurs ne permettent que rarement de mener à bien le projet de R&D. Une des raisons de l'échec du projet d'une jeune entreprise peut être liée à la mauvaise entente entre les fondateurs et les salariés. Des difficultés à déléguer, ou des visions trop différentes des objectifs ou des méthodologies du projet de recherche peuvent conduire à la cessation d'activité.
Dans le cas de la filière du jeu vidéo, plusieurs petites entreprises de mon panel investissent dans des projets de R&D et d'innovation afin de se faire une place au sein d'une filière très concurrentielle. Comme le soulignent Retailleau et Gatolin (2013) :

> *« Figurant longtemps parmi les pays leaders du secteur, la France compte aujourd'hui quelques entreprises « phare » reconnues internationalement, mais également une multitude de studios de petite taille dont le taux de mortalité est élevé [146]».*

Présentes dans les trajectoires 1 et 5, ces studios et éditeurs de petite taille ne sont cependant pas nécessairement atteints d'un taux de mortalité plus élevé que les autres structures de taille similaire exerçant dans d'autres secteurs du numérique et de la création Cela peut notamment s'expliquer par leur capacité à développer des briques de R&D de pointe, et leur capacité à en commercialiser le fruit – sous forme de licence ou en SAAS (Logiciel en tant que Service) - et d'en tirer un revenu récurrent, qui, couplé au CIR et aux différentes aides, notamment du CNC (via le Crédit Impôt Jeu Vidéo), de BPI France, ou de la région (via des subventions à l'innovation) parviennent à financer le maintien de l'activité pendant plusieurs années. Certaines d'entre elles parviennent même à lever des fonds et à commercialiser un jeu vidéo en leur nom propre, tout en continuant à développer des briques de R&D en tant que sous-traitant pour des studios de taille plus importante. Cependant, j'ai également pu observer le cas de petites entreprises du jeu vidéo qui, à un moment donné de leur trajectoire (cela est souvent le cas pour les structures de la trajectoire 1), concentrent la totalité de leurs investissements humains et matériels aux projets de R&D dont elles commercialisent une partie à d'autres acteurs de la filière, parfois initialement concurrents.

Les petites entreprises du numérique et de la création sont confrontées à plusieurs niveaux de risque et source d'incertitudes, tout au long de leur existence

- L'incertitude liée à l'évolution du cadre « réglementaire » et du « processus créatif » :

Selon Verdugo (2017), le développement d'un nouveau cadre réglementaire spécifique au « *rapprochement commerce-culture à l'ère du numérique*[147] » est au cœur du débat sur l'émergence des industries créatives. Ce sont les spécificités potentielles des « *produits créatifs numériques* » qui poseraient des problèmes juridiques. Certaines caractéristiques liées notamment à la collecte, au traitement et au flux de données massives, souvent à caractère personnel peuvent fragiliser les cadres réglementaires existants. La loi n° 2019-759 du 24 juillet

[146] Retailleau, B., Gatolin, A. (2013), « Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires ». 852. Sénat.
[147] Verdugo, F. (2017), « Industries créatives, diversité et politiques culturelles », Revue Interventions économiques [En ligne], 57

2019 portant sur la création d'une taxe sur les services numériques visant à « *mettre à contribution les entreprises qui tirent une part significative de leur valeur de la participation d'internautes localisés sur le territoire national* [148] » souligne la volonté des pouvoirs publics de faire évoluer le cadre réglementaire pour les entreprises des Tic, créant une forme d'incertitude et pouvant générer du risque pour le projet de R&D des petites entreprises.
Pour Moeglin (2012), l'incertitude est permanente au sein des filières de l'information et culturelles :

> *« Incertitudes également du côté de la conception, quand il s'agit de renouveler régulièrement idées, talents, formules et manières de faire. À chaque fois, il faut sortir des sentiers battus, prendre des risques, adopter des solutions dont l'efficacité n'a pas entièrement été testée préalablement. Et les risques à prendre sont d'autant plus importants que, parallèlement, les ressources intellectuelles et artistiques à mobiliser se plient difficilement à des planifications rigides et à des cadres préétablis* [149] *»*

Les entretiens menés avec les fondateurs de ces structures, ainsi que l'étude des objectifs des dispositifs de soutien à l'innovation et à la création confirment l'omniprésence de l'incertitude dans les filières des ICC. Cela peut notamment expliquer la réticence de certains acteurs bancaires et financiers à investir dans les projets de R&D menés par certaines petites entreprises des ICC. Un des responsables investissements interrogés nous explique la notion de risque au sein des fonds en capital venture (la retranscription complète de l'entrevue est disponible en annexe du manuscrit) :

> *« La composante risque est au cœur de la décision. Si on est une entreprise avec un business model sur laquelle on envisage une rentabilité à terme, un marché à la fois sur lesquels on estime qu'il y a de la place à prendre et des concurrents qui sont challengeables et en valeur absolue un nombre de clients et derrière un budget qu'est prêt à allouer chaque client qui permet de cibler des objectifs de CA et de parts de marché qui sont intéressants, le dossier peut rentrer dans la thèse. Mais un projet qui mettrait vraiment la culture et la mission culturelle avant même l'objectif de création de valeur financière et de création de valeur pour un investisseur ne pourrait pas rentrer dans les clous de notre stratégie, car il y a un objectif de mettre à l'équilibre son portefeuille et de créer de la valeur.*[150] *»*

Ainsi, du côté des acteurs financiers interrogés dans cette recherche, les projets culturels sont considérés comme risqués et à faible création de valeur. Le risque majeur concerne la rentabilité du projet culturel. Cependant, il semble important de préciser que les investisseurs interrogés ne distinguent pas les spécificités des filières et confondent dans un vaste ensemble uniforme toutes les filières des industries culturelles et créatives. Seule la filière de jeu vidéo semble considérée comme spécifique, innovante, et potentiellement créatrice de valeur pour les investisseurs. Ces derniers considèrent notamment les filières du numérique et de la création comme étant fortement concurrentielles et où la possibilité d'un retour sur investissement est faible. Des stratégies émergent alors du côté des petites entreprises du numérique et de la création afin de résister à la concurrence, et parvenir à vendre des prestations de sous-traitance R&D à d'autres acteurs de la filière, parfois des concurrents de même taille, parfois des acteurs internationaux de grande taille. Parmi les petites entreprises de mon panel, j'ai également pu

[148] https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000038203221/ Consulté le 06/10/2021
[149] Mœglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », Revue française des sciences de l'information et de la communication
[150] La retranscription complète de cet entretien est disponible en annexe du document.

observer la commercialisation de services sous la forme d'abonnements ou en SAAS[151]. La stratégie des fondateurs repose sur un renouvellement permanent des projets de R&D et des solutions développées. Cela ne passe pas nécessairement pas une remise à zéro systématique de chaque étape du projet de R&D, mais par l'ajout permanent de nouveaux modules, de nouvelles briques technologiques, ou par la réalisation de tests et de prototypes permettant d'améliorer la solution et l'offre technologique. Si la littérature scientifique permet de connaître certaines tendances et procédés dans des secteurs d'activité spécifiques, les salariés en charge de l'innovation, dans ces petites structures, avancent souvent à l'aveugle. Ainsi, les temps passés, et les investissements matériels et immatériels permettant de faire avancer les projets de recherche, peuvent être coûteux, et nécessitent d'importants investissements, pour des structures qui, n'ont pas toujours les ressources en interne pour mener à bien ces projets. Le recours à différents moyens de financement, tels que les Crédits d'Impôts Recherche, Innovation, ou à certaines subventions, et prêts garantis, notamment auprès d'organismes publics de financement tels que la BPI ou les Ministères sont des moyens d'économiser sur certains postes de dépenses, de financer cette part de l'activité, voire de limiter le risque lié à d'importants investissements, sans certitudes concernant le retour sur investissement.
Pour illustrer ce propos, je propose de citer l'exemple d'une jeune entreprise de la trajectoire 5, qui agit dans la création de vêtements, sur le segment du luxe, et dont le fondateur a eu recours, en 2019 à une subvention du ministère de la Culture, pour développer un nouveau site internet, et dématérialiser une partie des évènements liés aux Fashion Week, et à la présentation des nouvelles collections. Ses outils digitaux, souvent coûteux, ne lui garantissent pas pour autant de nouvelles opportunités de marché, mais, dans un secteur aussi concurrentiel que la mode, le développement de la dimension numérique de son travail de création lui permettrait d'être perçu comme « novateur » dans le secteur, et de proposer de nouveaux outils pour communiquer avec sa cible principale, les moins de 30 ans. Un pari donc. Un pari risqué, mais qui semble, dans le cas présent, nécessaire pour faire émerger sa marque auprès d'un public potentiel qui ne la connaît pas. Les aides au financement vont dès lors, lui permettre de limiter le risque d'un endettement important, sans garanti de succès.
Les entretiens menés, ainsi que l'étude de terrain ont mis en exergue le risque d'échec du projet d'entreprise lié au processus d'innovation et à son engagement dans une démarche de recherche :

> « *L'innovation étant un processus long et coûteux, le risque financier s'accroît lorsque l'on se déplace de l'amont vers l'aval. Le résultat de ce processus d'innovation est incertain lorsqu'il est lancé et le partage des fruits de ce processus entre plusieurs partenaires le rend encore plus difficile à gérer* [152]»

Les petites entreprises du numérique et de la création s'engagent bien souvent dans une démarche de « *mise en œuvre d'un nouveau modèle d'exploitation* » qui ne correspond pas toujours à la définition de l'innovation telle qu'elle existe dans d'autres secteurs d'activités, ce qui augmente le risque et l'incertitude du succès lors de la mise sur le marché et de la commercialisation du service ou du produit :

---

[151] *Le SaaS (Software as a Service) consiste à commercialiser un logiciel non pas en l'installant sur un serveur interne ou un poste de travail dans l'entreprise, mais en tant qu'application accessible à distance comme un service, par le biais d'Internet.* https://www.captaincontrat.com/protection-des-creations/proteger-ses-creations/differences-contrats-licence-service-contrat-saas

[152] Blondel, F. & Gaultier-Gaillard, S. (2006), « Comment une entreprise peut-elle maîtriser les risques induits par l'innovation ? » Vie & sciences de l'entreprise, 172, 10-23. https://doi.org/10.3917/vse.172.0010

« À défaut d'innovation radicale, l'acteur qui conduit une telle stratégie de création ou de développement d'un marché embryonnaire a de grandes chances, en arrivant le premier ou mieux en le créant, d'acquérir une position dominante au sein de ce marché, et de la conserver au moins durant un temps court ou moyen [153]»

Les TPE et PME issues de la première des sept trajectoires étudiées s'inscrivent dans un marché à l'échelle nationale voire régionale. Ces entreprises ne lèvent pas de fonds, et de fait, leur expansion stratégique à l'international semble être freinée par le manque de liquidités, et elles ne bénéficient pas des avantages liés aux synergies d'un industriel ou d'un fonds d'investissements déjà implantés au-delà des frontières nationales. Le modèle d'affaires qui y est développé n'intègre peu ou pas de développement à l'international, limitant, de fait les possibilités d'augmentation de chiffre d'affaires à moyen et long terme, mais surtout pouvant décourager de potentiels investisseurs. Ces paramètres peuvent expliquer le manque d'intérêt de la part des fonds d'investissement, autant qu'il peut témoigner d'une stratégie établie par le ou les fondateurs, qui afin de ne pas diluer leurs parts dans le capital, ne souhaitent pas faire entrer de nouveaux actionnaires au capital.
Une autre conséquence d'une activité cantonnée aux frontières françaises, est, dans le cas de certaines entreprises, la difficulté de se confronter à un marché ou un secteur qui ne sont pas « *matures* ». Un marché pas ou peu mature, est un marché au sein duquel la technologie proposée par l'entreprise ne trouve que peu de débouchés commerciaux. Plusieurs entreprises de la trajectoire 1 de notre panel sont confrontées à cette problématique. Cette tendance se confirme davantage pour les TPE ayant une activité dans les industries de la communication, notamment celles agissant dans le développement de solutions web, la gouvernance digitale, la gestion des données, les logiciels de sécurité internet, ou encore l'électronique embarquée pour l'armée. Les solutions ici développées, à l'issue de travaux longs et d'investissements humains et financiers importants en recherche et développement, peinent à trouver des débouchés commerciaux sur le territoire français. Quelques clients importants, notamment industriels, s'intéressent aux solutions développées par ces petits acteurs du numérique et de la création. Des acteurs bancaires, ou industriels, sont également sensibles à certains projets qui proposent de nouveaux procédés de traitement et de gestion des données. Pour les entreprises de cette première trajectoire, les intérêts débouchent sur la commercialisation de contrats en SAAS ou de contrats de licences plus classiques. Cependant, certains acteurs industriels, comme nous l'a confirmé un investisseur travaillant au sein du fonds d'investissement d'un industriel français des télécommunications, vont au-delà de l'achat ou de la location de la solution, dans le cadre d'une stratégie industrielle, en investissant voire en faisant l'acquisition de l'acteur à l'origine de la solution. Ce cas sera développé dans la partie 2 du manuscrit et concerne des entreprises d'une autre trajectoire. D'après les entretiens menés, le passage de la commercialisation à la cession, totale ou partielle, de la solution repose sur des indicateurs financiers tels que la valorisation ou la preuve de concept (« Proof of Concept »), mais également sur la stratégie du ou des fondateurs, qui, dans le cadre de la première trajectoire, ne semblent pas enclin à déléguer la gestion de leur entreprise à un acteur industriel. Il semble cependant légitime d'entrevoir le partenariat avec un industriel, de n'importe quel type, comme étant une opportunité importante de développement à l'international. L'internationalisation de l'activité requiert d'importants investissements en communication/ marketing pour se faire connaître, en études de marché pour une implantation plus cohérente, et de recrutement de profils commerciaux à vocation internationale. Ces coûts ne sont pas réalisables pour une majorité

[153] Ibid 62.

d'entreprises, qui, dans les premières années de développement ne possèdent pas la capacité financière, ni la « trac*tion commerciale* [154]» pour cibler un développement à l'étranger.
Les entreprises de la trajectoire 1 démontrent qu'il n'est pas toujours nécessaire d'adopter une stratégie d'internationalisation pour exister dans des marchés qui se caractérisent par « *la cohabitation de firmes de grande taille – les majors – avec une multitude de petites entreprises*» (Reynaud-Cressent, 1982, Benhamou, 2000). Ainsi, un des acteurs répondant des caractéristiques de cette première trajectoire, agit dans le conseil en gouvernance et surveillance digitale, et propose une solution d'indexation du web profond. Créée en 2012, cette entreprise de petite taille s'insère dans le marché fortement concurrentiel de la DSI (Direction des Systèmes d'information), de la transformation digitale, et de la gouvernance de l'information. L'entreprise a cessé son activité fin 2020, fortement impactée par la crise sanitaire. Pourtant, sa solution d'indexation était utilisée par plusieurs grandes entreprises françaises comme *Lafarge, Schneider, Roland Berger*, ou encore *Vinci*. En s'intéressant de plus près à l'historique de cette entreprise, nous constatons que les fondateurs ne sont pas parvenus à lever des fonds dans les premières années suivant sa création, et ce malgré un projet de recherche et développement relativement structuré, et des premiers contrats signés avec des groupes industriels. La société a, pendant huit ans, conservé une stabilité dans son effectif (entre 2 et 5 salariés), dans son chiffre d'affaires, et a bénéficié pendant huit ans de certaines exonérations de cotisations patronales grâce à son éligibilité au statut de jeune entreprise innovante. Les fondateurs ont maintenu une activité de recherche et développement bénéficiant également du Crédit d'Impôt Recherche, et en 2019, d'un contrat de partenariat avec le pôle de compétitivité d'Île-de-France, « Systematic » (https://systematic-paris-region.org/). Malgré cette trajectoire constante, cette société ne possédait pas la capacité financière pour développer davantage sa solution, au niveau du marketing, et dans un même temps au niveau technologique.
La concurrence était-elle trop importante ? Ou est-ce que cette fin d'activité est liée au modèle d'affaire et aux modalités de financement de la structure ?
Noëllyne Bernard, qui accompagne cette entreprise dans sa recherche de financements depuis 2012, suggère que la clé de la longévité de ce type d'entreprises se situe dans la capacité à investir massivement et de manière permanente dans les projets de recherche et développement. Or, en consultant les documents liés au Crédit d'Impôt Recherche de cette structure, il est apparu que depuis 2017-2018, les fondateurs s'étaient séparés d'une partie de leurs ingénieurs et développeurs qui menaient à bien les différents projets de recherche de l'entreprise. Les investissements réalisés en R&D ont donc sensiblement baissé, et de fait, les aides à l'innovation et à la R&D dont elle bénéficiait jusqu'alors également.
Dans ce même secteur d'activité de développement de solutions pour améliorer la gouvernance digitale des entreprises, des sociétés françaises comme *iBabs* connaissent une trajectoire très différente de celle de l'entreprise étudiée. En effet, 100% des parts d'iBabs, ont été achetées par *Euronext, début* 2021,

> *« La Bourse pan-européenne a exercé son option d'achat sur cette participation pour un montant de 53,2 millions d'euros, sur une base sans dette, ce qui représente un multiple de 10 fois l'Ebitda ajusté 2020.* [20] *».*

Ces différentes trajectoires de financement interrogent les alliances et les coups financiers à l'œuvre dans les filières des industries de la culture et de la communication. Les petites entreprises du numérique composant la première trajectoire de cette recherche doctorale ne

154 https://infonet.fr/lexique/definitions/traction/#:~:text=La%20traction%20est%20la%20preuve,et%20un%20mod%C3%A8le%20commercial%20valable. Consulté le 22/02/2022

semblent pas ou peu concernées par ces logiques de financiarisation. En refusant ou en n'ayant pas la capacité d'ouvrir leur capital à des investisseurs industriels ou financiers, ces petites entreprises sont en marge des stratégies et des logiques d'alliances.

Une des petites entreprises étudiées, répondant des critères de la trajectoire n°1, dont l'activité se situe aux confluences des filières des industries de la culture et de la communication (il s'agit d'un site internet collaboratif français de partage de pratiques et de commentaires sur des produits culturels, tels que les livres, la musique, le cinéma) existe depuis plus de dix ans et appartient toujours à 100 % à ses fondateurs. A l'origine, le projet de l'entreprise était de permettre aux usagers de choisir un film, un livre, un jeu… en augmentant la probabilité de trouver une œuvre correspondant aux besoins propres de l'individu qui choisit. Le site reprend certaines caractéristiques du web collaboratif en basant son algorithme sur un recensement de tous les avis d'utilisateurs partageant des pratiques de consommations culturelles similaires afin d'obtenir une idée de telle ou telle œuvre en fonction de goûts et de pratiques censés être proches. L'activité de cet acteur est au cœur des réflexions portant sur :

> « *les relations entre le Web collaboratif et la financiarisation des industries de la culture et de la communication, l'implication du Web collaboratif dans le fonctionnement oligopolistique de ces industries et la dimension idéologique du Web collaboratif en lien avec les enjeux de politiques publiques soulevés par les industries de la culture et de la communication.*[155] »

L'entreprise, d'une dizaine de salariés (effectif composé de community manager, développeurs web, responsables de bases de données, etc.) participe, au travers de ses projets de R&D, à la recherche sur des « *verrous technologiques et scientifiques*[156] » (au sens de la définition contenue dans les critères d'éligibilité du Crédit Impôt Recherche) spécifiques aux industries de la culture et de la communication. Ces verrous concernent la traduction de données massives liées à des pratiques de consommation de biens culturels vers un dispositif algorithmique de recommandations et de prescriptions d'usages culturels. Cependant, cette entreprise qui n'a jamais levé de fonds et qui s'autofinance, possède des moyens limités face à des concurrents (Allociné notamment) agissant dans l'intermédiation et faisant partie de groupes industriels ou financiers. De plus, cet acteur d'intermédiation fait reposer sur l'algorithme développé une valeur symbolique et idéologique forte construite en opposition aux acteurs transnationnalisés agissant dans la même filière de la recommandation culturelle. Ainsi, cette petite entreprise française ambitionne de participer au développement d'une recommandation dite "objective" ne répondant pas des logiques de recommandation mises en place par des acteurs comme Netflix ou Amazon, basées sur une logique du plus grand nombre. La majeure partie des dispositifs algorithmiques dans les industries culturelles vont recommander des contenus ayant déjà été visionnés par un grand nombre d'abonnés ou d'utilisateurs, au détriment de contenus de fonds de catalogues issus de plus petites productions, n'ayant pas les moyens d'investir dans de grandes opérations de communication. L'algorithme, tel qu'il a été pensé et développé par cet acteur ambitionne de soumettre à l'usager des contenus diversifiés et également issus de plateformes dites « *cinéphiliques* [157]» (*La logique de différenciation sur laquelle s'appuient les*

---

[155] Bouquillion, P. (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles. » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, *3*(14), 55-67.

[156] *Le verrou est lié à une limite conceptuelle ou technique qui bloque l'avancement du sous-projet. Il peut être aussi lié à une contrainte forte qui rend impossible l'utilisation de concepts et méthodologies existants*

[157] Thuillas O., Wiart L., (2019), « Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions« , *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°20/1, 2019, p.39 à 55, consulté le mercredi 21 juillet

plateformes cinéphiliques se manifeste principalement à deux niveaux : la composition du catalogue et l'éditorialisation des services). Le dispositif technologique est donc, dans cet exemple, au service d'une stratégie des fondateurs construite dans un positionnement voulu en marge des logiques à l'œuvre dans la filière de la recommandation. L'algorithme est développé afin de refléter une stratégie spécifique, non pas orientée vers la monétisation, mais vers la construction d'une image d'acteur « indépendant » et élitiste. Cependant, en se construisant en marge des logiques des acteurs financiers et industriels agissant dans les filières du cinéma et de la VOD et SVOD, cet acteur se doit d'investir en permanence dans le renouvellement de sa technologie et se doit de nouer des partenariats avec certains acteurs. L'autre enjeu majeur de la trajectoire de cet acteur est sa capacité à maintenir un engagement fort de la part de sa communauté. Les internautes contributeurs représentent, pour les acteurs de l'intermédiation du web collaboratif, la valeur de l'activité car ce sont leurs données qui sont exploitées et qui permettent à l'entreprise de développer et de « nourrir » l'algorithme de recommandation. De plus, cette petite entreprise est relativement dépendante du soutien public tant elle le chiffre d'affaires qu'elle génère est faible (l'essentiel de ses revenus proviennent de la vente d'espaces publicitaires sur le site internet et de prestation de conseil pour des acteurs de la filières intéressés par les données massives de l'entreprise). Ainsi, le CIR et les aides du CNC permettent à cet acteur d'exister et de conserver un modèle original dans des filières concurrentielles et fortement financiarisées. La contrepartie de ces aides est la fragilité du modèle et l'obligation du renouvellement technologique permanent qui peut participer de l'incertitude du modèle et des difficultés à se financer dans les circuits bancaires.

24 entreprises sur les 60 étudiées répondent des caractéristiques de cette première trajectoire. Ce qui signifie que 40% des petites entreprises du numérique et de la création ne lèvent jamais de fonds mais peuvent exister plusieurs années consécutives grâce à d'autres modalités de financement, et notamment l'éligibilité aux dispositifs de soutien à la R&D, à l'innovation, et à la création. Si dans certains cas, le fait de ne pas lever de fonds est le fruit d'une réflexion stratégique de la part des fondateurs qui souhaitent « garder la main » sur le développement de l'entreprise, certaines petites entreprises souhaitent ouvrir leur capital mais n'y parviennent pas. Dans sa thèse de doctorat, Perrin (2016) explore les limites et les enjeux liés au financement du « décollage » (premiers mois suivants le début de l'activité) des TPE et PME des industries de la culture et de la communication. Selon lui, les entreprises n'ayant pas la capacité à lever des fonds peuvent être définies comme étant des structures :

> *« ayant une base établie de clients, de chiffre d'affaires et dont la pertinence du « modèle d'affaires » est prouvée, mais qui n'ont pas encore atteint une croissance ou une rentabilité importante. Certains de ces fonds ont été contactés dans le cadre de la levée de fonds d'un client du cabinet Ambroise Conseil. Iris Capital, par exemple, n'investit pas dans des sociétés réalisant moins de 700 000 € de chiffre d'affaires. Il en va de même pour Calao Finance qui n'intervient pas sur des sociétés réalisant moins d'1 millions d'euros de CA [158]».*

Les stratégies d'investissement des acteurs privés, dans la phase de décollage ou de développement du projet, se fondent – toujours selon Perrin (2016) - sur « *des éléments d'analyse de la performance et d'analyse financière* ». Les différentes entrevues réalisées, dans

2021, [en ligne] URL : https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/varia/03-les-plateformes-de-vod-cinephiliques-des-strategies-de-niche-en-questions/

[158] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 157)

le cadre de cette recherche doctorale, avec des acteurs du financement, vont dans le sens de Perrin. En effet, la conception du risque et de l'incertitude liée à l'activité des TPE et PME du numérique et de la création, telle qu'elle a été construite par les acteurs financiers, permet de comprendre l'absence de levée de fonds des 24 entreprises issues de la trajectoire 1 de notre panel. La levée de fonds est fortement liée à la valorisation du capital de l'entreprise. Ainsi, selon Moeglin (2012), plusieurs incertitudes pèsent « sur la conception, la valorisation et la consommation des produits culturels ». Une part importante de l'incertitude dans les ICC, repose sur le fait que :

> « *les goûts et choix des publics sont versatiles et difficilement prévisibles, ce qui a pour conséquence qu'en dépit de la sophistication du marketing, le succès n'est jamais totalement assuré.*[159] »

Les petites entreprises composant la trajectoire 1 ont, entre autres caractéristiques, en commun d'avoir des chiffres d'affaires constants et globalement plus faibles que ceux des entreprises des autres trajectoires. Les investissements en marketing sont donc fluctuants et seules quelques-unes d'entre elles ont une notoriété dans leurs secteurs d'activité. La plupart étant inconnues du grand public, le succès est encore plus difficile à atteindre. La notoriété est aussi revue à la baisse par le fait que certaines de ces petites entreprises ont spécialisé, voire ultra spécialisé, leur activité de R&D et deviennent des sous-traitants d'autres acteurs de la filière. Cela est notamment le cas dans la filière du jeu vidéo ou des studios et éditeurs de petite taille réalisent des tâches « invisibles », notamment de développement, ou de briques de rétention des joueurs, ou encore de projets d'intelligence artificielle en vue d'améliorer la jouabilité, pour des producteurs et éditeurs avec davantage de moyens et de notoriété, parfois nationaux, voire internationaux. Ces stratégies mises en place par certaines petites entreprises autour de projets de R&D ultra spécialisés ont plusieurs objectifs et conséquences :

- D'un côté, c'est une stratégie pour lutter contre le risque de ne jamais avoir les moyens financiers nécessaires à la production, la commercialisation et la communication d'un jeu dans sa version définitive,
- Se muer en sous-traitant pour d'autres acteurs de la filière permet une récurrence des revenus liés à la prestation, une récurrence des dépenses de R&D ouvrant droit à du Crédit Impôt Recherche, Crédit d'Impôt Jeu Vidéo, et autres subventions à l'innovation et à la R&D provenant d'acteurs régionaux ou de BPI France, et permet surtout de contourner un affrontement direct avec des concurrents dotés de moyens beaucoup plus importants. Il s'agit donc d'une stratégie de réduction de l'incertitude liée au financement de l'activité et au maintien de l'emploi grâce aux dispositifs publics,
- Mais, d'un autre côté, ces petites entreprises développent une double dépendance à l'égard des dispositifs publics dits de soutien à la R&D et à l'innovation, et à l'égard des autres acteurs de la filière qui deviennent des clients, des donneurs d'ordre, et qui exploitent le fruit des projets de R&D de la petite entreprise,
- Dès lors que les projets de R&D menés par la petite entreprise ne correspondent plus aux attentes et aux standards technologiques en permanente évolution et imposés par les « gros » de la filière, la petite entreprise se voit dépourvue de clients et peut avoir de très grandes difficultés à développer de nouveaux projets, longs, incertains, et coûteux.

[159] Moeglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », Revue française des sciences de l'information et de la communication

- L'incertitude du projet de recherche et de la « nécessité du renouvellement permanent [160]»

Lorsqu'une entreprise déclare des dépenses de R&D et/ ou d'innovation ouvrant droit au CIR ou au CII, un rapport scientifique justificatif est rédigé en interne, ou par un acteur du conseil comme le cabinet Ambroise. Ce dossier doit permettre de justifier de l'augmentation du « *niveau des connaissances* » qui doit être démontrée par un état de l'art, et d'autre part, de la résolution « *d'incertitudes scientifiques et/ou de verrous technologiques*[161] ». La description des verrous technologiques et scientifiques est tout aussi fondamentale que la rédaction des « *résultats atteints par le projet de R&D* ».
Un « *verrou* » est défini par l'ANR (Agence Nationale de la Recherche) comme :

> *« lié à une limite conceptuelle ou technique qui bloque l'avancement du sous-projet. Il peut être aussi lié à une contrainte forte qui rend impossible l'utilisation de concepts et méthodologies existants.* [162]»

La méthodologie mise en place par l'entreprise doit ainsi permettre de lever ce verrou pour atteindre les objectifs du projet de R&D. Si les verrous peuvent être les mêmes durant plusieurs années – cela est notamment le cas de projets de R&D de petites entreprises du numérique et de la création liés au développement d'un algorithme de recommandation ou dans des projets de traitement des données massives qui nécessitent plusieurs années de collecte et de tests avant d'être exploitables -, certains verrous ne parviennent pas à être. De plus, une entreprise peut mener plusieurs projets de R&D en même temps, et, de fait, avoir plusieurs verrous à lever. Ces verrous étant fortement liés aux évolutions technologiques, le renouvellement des tests, de prototypages et des projets menés est permanent. Ce renouvellement permanent est nécessaire en vue d'obtenir les financements disponibles tels que le CIR, mais il est également nécessaire pour permettre à l'entreprise de rester concurrentiel. Un projet de recherche qui n'aurait plus de verrous à lever serait un projet trop exploité ou trop peu exploitable. De plus, le renouvellement permanent des opérations de R&D permet de valoriser un positionnement innovant aux yeux d'investisseurs potentiels qui peuvent se montrer sensibles aux opérations de recherche. Cela peut également permettre à l'entreprise de générer des revenus dans le cadre d'une activité de conseil ou de sous-traitance, comme cela a précédemment été évoqué.
Cependant, le renouvellement permanent des projets de recherche semble également susciter une très forte incertitude pour les petites entreprises. Il nécessite une forte adaptabilité des équipes de recherche, et une revue permanente des compétences à mobiliser pour mener à bien le projet. Pour Moeglin (2012), l'incertitude touche aussi la conception des produits et des solutions, qui induit un renouvellement régulier des :

> *« Idées, talents, formules et manières de faire. À chaque fois, il faut sortir des sentiers battus, prendre des risques, adopter des solutions dont l'efficacité n'a pas entièrement été testée préalablement. Et les risques à prendre sont d'autant plus importants que, parallèlement, les ressources intellectuelles et artistiques à mobiliser se plient difficilement à des planifications rigides et à des cadres préétablis.* [163]»

---

[160] Moeglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », Revue française des sciences de l'information et de la communication
[161] https://www.innovatech-conseil.fr/verrous-technologiques-cir/ consulté le 06/10/2021
[162] https://anr.fr/fileadmin/documents/2017/guide-CIR-2017.pdf consulté le 06/10/2021
[163] Ibid 75.

Ce sont également des investissements humains, matériels, et financiers importants et récurrents qui, même s'ils sont en partie pris en charge par le CIR, peuvent participer à la fragilité comptable des petites entreprises du numérique et de la création.

CHAPITRE 3 : Les stratégies pour limiter le risque et gérer l'incertitude, et les caractéristiques des fondateurs qui pèsent sur l'obtention des aides et sur la valorisation

Afin de faire face aux différents niveaux de risque et aux incertitudes évoqués dans le chapitre précédent, les petites entreprises sont amenées à adopter ce que Moeglin (2012) nomme « *des stratégies singulières*[164] ». Ces stratégies sont mises en place dans des contextes socio-économiques spécifiques aux industries culturelles et de la communication. De fait, le contexte dans lequel évoluent les entreprises de petite taille agissant dans le numérique et la création et qui investissent dans des projets innovants et de R&D avec une forte incertitude confirme la structuration des filières proposée par Moeglin (2012) :

> « *un petit nombre de grosses entreprises, entre 10 et 20 %, réalisent ensemble près de 70 % du chiffre d'affaires de la filière, tandis qu'entre 60 et 70 % des entreprises en réalisent moins de 10 %. La raison de cette bipolarité est qu'ayant beaucoup à perdre et peu à gagner, les premières évitent les risques, alors que les secondes se lancent d'autant plus volontiers dans les innovations indispensables à l'ensemble de la filière qu'elles ont peu à perdre et tout à gagner.*[165] »

Ces entreprises qui innovent et prennent le risque sont notamment celles issues de la trajectoire 1 de mon terrain. Les stratégies mises en place par les fondateurs de ces petites structures afin de limiter les risques et gérer l'incertitude se font dans des contextes d'oligopoles à frange :

> «*C'est-à-dire la cohabitation de firmes de grande taille – les* majors – *avec une multitude de petites entreprises, est une réponse à la notion d'incertitude. Le risque, structurel dans ces secteurs, est assumé par les petites entreprises fragiles, mais mutualisé, souvent au niveau de la distribution, au sein de grandes firmes.*[166] »

La question qui se pose alors est celle du rôle des injonctions à l'innovation et à la créativité dans la constitution de ces oligopoles. Les discours d'experts et de consultants, ainsi que les politiques publiques qui œuvrent en faveur de la croissance économique et de la création d'emplois, font du numérique et des nouvelles technologies de l'information communication les outils centraux pour atteindre les objectifs de compétitivité, de croissance et de création d'emplois. Cela n'est cependant pas récent, et des premières traces de ces directives émanant des pouvoirs publics trouvent leur source dans le rapport de 1983 au Royaume-Uni évoqué précédemment. Le système est donc organisé autour de grandes entreprises avec un poids économique et décisionnel significatif et qui captent la majeure partie de la valeur générée dans les filières par des acteurs de petite voire très petite taille qui assument la quasi-totalité du risque lié au renouvellement technologique permanent. Ainsi, les petites entreprises du

[164] Ibid 75.
[165] Mœglin, P (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ?«, Revue française des sciences de l'information et de la communication
[166] Paris T (2010), « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ? », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

numérique et de la création qui s'engagent dans des processus d'innovation, sont perçues, par les acteurs publics, comme :

> *« des lieux privilégiés pour le test et l'expérimentation d'innovations de contenu grâce à leur taille et leur rapport au marché mais aussi en raison de l'enracinement des franges dans des potentialités plus sociétales de créativité et d'innovation.*[168] »

Cependant, ces discours et stratégies ne tiennent pas compte des spécificités des petites entreprises du numérique et de la création et ne considèrent pas le risque et l'incertitude comme des éléments structurants de leurs trajectoires. Ainsi, l'ensemble des structures issues de la trajectoire 1 appartient à ce tissu de petites entreprises, situées à la frange de l'oligopole qui réalisent d'importants investissements (rapporté à leur petite taille) de prototypage et d'expérimentations, sans garantie de résultat. Dès lors qu'elles changent de trajectoire (en lien avec la levée de fonds), ces petites entreprises ne sont plus nécessairement des acteurs de petites tailles en proie au risque et à l'incertitude, mais peuvent, dans le cas de « *trajectoires fulgurantes* » avec de très importants montants levés, occuper une place autre dans l'oligopole. Cependant, ces entreprises à forte croissance et leur valorisation importante, parfois considérées comme des « licornes[169] », ne deviennent pas non plus des acteurs industriels au sens de groupes qui concentrent l'essentiel des revenus, des investissements et des profits du secteur. Une des stratégies mises en place par les acteurs situés à la frange de l'oligopole peut prendre la forme de développement de « briques » de R&D à d'autres projets entre acteurs de même taille agissant dans la même filière et potentiellement sur un même territoire. Cela s'apparente à des processus de « coopétition et collaboration », au sein desquels et afin d'avoir la capacité de se renouveler en permanence et de continuer à exister,

> « *les entreprises doivent coopérer et collaborer avec leurs concurrents pour élaborer des normes communes et des « règles du jeu » technologiques sur lesquelles elles s'accordent.* [170]»

Les logiques d'acteurs à l'œuvre dans les secteurs du numérique et de la création ne correspondent pas à la vision enchantée de l'entrepreneuriat dans les nouvelles technologies, avec ses discours sur la supposée « *innovation de rupture* ». Il s'agit davantage de stratégies mises en place par des acteurs de petite taille pour exister dans des secteurs à fortes concurrences internationales. D'après mon terrain, les TPE qui investissent dans la R&D se focalisent sur des briques de projet très spécifiques afin d'éviter la concurrence frontale avec des acteurs plus puissants, en mesure d'investir massivement dans des projets de recherche similaires. Du côté des pouvoirs publics, plusieurs études ont été réalisées sur le sujet de la R&D dans le « tissu économique », et notamment du côté des projets technologiques menés par des entreprises de petite taille. Ainsi, une étude de mars 2007 menée par le ministère de l'économie, des finances et de l'industrie qui s'intéresse à la filière de l'édition de jeu vidéo souligne le fait que :

> *« 80% des studios de développement ont moins de 15 emplois équivalent temps plein. Le tissu économique est donc composé principalement de très petites entreprises,*

---

[168] Ibid 113.

[169] « Le terme licorne est employé pour désigner une startup, principalement de la Silicon Valley, valorisée à plus d'un milliard de dollars, non cotée en bourse et non filiale d'un grand groupe. Cette expression a été inventée par Aileen Lee en 2013 » https://fr.wikipedia.org/wiki/Licorne_(%C3%A9conomie)

[170] Benghozi, P. J., & Salvador, E. (2015), « La R&D dans les industries culturelles et créatives »

économiquement fragiles malgré des compétences technologiques souvent reconnues au-delà de nos frontières. [171]*»*

L'étude du ministère montre également que la concurrence, nationale, mais surtout internationale dans ce secteur a provoqué la fermeture d'un nombre importants d'acteurs depuis 2002. « *Cryo, Carapace, Chaman, Doki Denki, Kalisto, No Cliché, Polygon Studios, Némosoft, Lankhor, In Utero* » ont ainsi dû cesser leur activité malgré leur notoriété dans la filière.

Plusieurs cas d'entreprises de mon terrain permettent d'apporter de nouveaux éléments à cette question de l'organisation du « tissu économique » dans les filières du numérique et de la création. Il semble que l'ultra spécialisation des projets de R&D est une stratégie de survie davantage que de croissance, et qui permet à une multitude d'acteurs de petites tailles d'exister et de participer au développement de briques de recherche, malgré la concurrence. La structuration de la filière contraint toujours davantage les petites entreprises à absorber le risque et l'incertitude en développant des briques technologiques qui seront exploitées par des acteurs plus puissants, ou à des concurrents de même taille mais mieux à même de se développer, et qui agissent en amont de la filière. Ces logiques à l'œuvre dans les filières du numérique et de la création interrogent le rôle des politiques publiques, qui, au travers notamment du Crédit Impôt Recherche, participent indirectement à la structuration de l'oligopole. Nous reviendrons sur ce questionnement dans la partie 3 du manuscrit.

Une autre entreprise, également étudiée dans le cadre de cette recherche, agit dans le secteur de la modélisation 3D, l'animation, et la cartographie. Un des logiciels majeurs du secteur, notamment utilisé par les architectes, *SKETCHUP*, a été édité en 2000 par la société « *Last Software* », qui a été rachetée par *Google* six ans plus tard. Avant l'acquisition par *Google*, l'éditeur *SketchUp* était le logiciel qui permettait de créer les immeubles en 3D dans *Google Earth*. En mai 2012, *Google* a revendu *Sketchup* à *Trimble*, une société spécialisée dans les outils GPS et Laser. Au sein de cette filière du logiciel de modélisation 3D, agissent également de petits acteurs – dont celui que nous avons étudié dans le cadre de cette recherche – sur des projets très spécifiques de R&D. Cette TPE a été créée en 2019 à Rennes par un architecte et un docteur en informatique et s'est spécialisée dans la création d'extensions pour le logiciel d'architecture *SketchUp*. Les associés travaillent sur le développement de nouvelles méthodes génération de modèles 3D suivant des répartitions aléatoires / pseudo-aléatoires paramétrées par l'utilisateur d'une part, et permettre un rendu différé de ces modèles. Les deux fondateurs se concentrent, depuis la création de la société, sur le développement de briques de modélisation pour *Sketchup*. Dans la filière des logiciels d'architecture de modélisation 3D, plusieurs grands industriels imposent une concurrence féroce entre les éditeurs de logiciels. *Dassault Systèmes, Siemens, Google, Trimble* poussent leur solution respective. Pour cause, les licences d'utilisation des logiciels sont une manne financière très importante. La version professionnelle de l'abonnement peut coûter entre 250 euros et 3100 euros par an. Rapporté au nombre d'architectes, cette filière génère d'importants revenus, même si des données chiffrées fiables sont difficiles à trouver.

Une autre jeune entreprise de notre panel agit dans l'implémentation de modules de paiement sur des sites internet. Créée en avril 2019, dont l'objectif est de fournir des solutions personnalisées d'habillages et de fonctionnalités pour des sites marchand provenant de la

[171] https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/074000239.pdf consulté le 01/07/2021

plateforme *Shopify*[172]. Shopify possède plusieurs concurrents sur la filière de la création de sites e-commerce, les plus connus *sont Wix, WordPress, Gros Commerce, Magento, Woo Commerce.*
La stratégie de l'ultra spécialisation de la recherche permet d'éviter la concurrence frontale avec des acteurs bien mieux dotés. Cela permet également, notamment dans le cas de la dernière entreprise prestataire de *Shopify*, d'avoir des contrats d'exclusivité sur la France, et d'éviter la concurrence avec d'autres sous-traitants. Dans le cas de cette structure, les contrats de prestation et d'exploitation signés avec *Shopify* sont l'élément clé de la valeur de l'entreprise dès lors que celle-ci souhaitera lever des fonds, au moment où sont écrites ces quelques lignes en avril 2022.

Quelle stratégie adopter pour se développer : spécialisation de l'activité à travers des briques de R&D ou diversification de l'activité commerciale ?

Dans les filières du numérique et de la création, les fondateurs de petites entreprises peuvent être amenés soit à spécialiser leur activité d'innovation et de R&D, soit à la diversifier. Mon panel représente différentes trajectoires et stratégies.
Le premier constat est que les enjeux stratégiques ne sont pas les mêmes entre des acteurs de petites tailles agissant à la frange de l'oligopole, et les acteurs industriels agissant en amont des filières. D'un côté, les industriels des filières du numérique et de la création mettent en place des stratégies de conquête de positions dominantes dans certains secteurs, via l'acquisition de contenus, de technologies dites « innovantes », ou de données massives.
Pour Bouquillion (2010), les logiques à l'œuvre et les stratégies mises en place par les acteurs industriels sont les suivantes :

> *« En somme, bien que les grands acteurs des industries de la communication, lorsqu'ils pénètrent les filières des industries de la culture, se spécialisent plutôt dans l'aval et qu'ils acquièrent une maîtrise très forte de celles-ci, leur position concurrentielle, notamment leurs pouvoirs de marché, sont très liés à des positions qu'ils peuvent détenir ou contrôler dans l'amont, dans la création.* [173]»

Gimbert (2010) s'est lui intéressé à la stratégie de diversification de l'industriel *Bolloré* qui mène un développement intrusif et intensif dans les industries culturelles :

> *« Il a bâti sa diversification selon trois axes. Il maîtrise des filières de production technique audiovisuelle, de diffusion sur Internet ou de baladodiffusion. Il investit fortement pour s'adjuger une position dominante dans la communication et les études. Il conforte cet ensemble grâce à ses médias, qui lui assurent des espaces de diffusion de contenus et de publicité, ou grâce à des alliances de développement conclues avec d'autres groupes de presse.* [174]»

---

[172] « Shopify est une plate-forme de commerce électronique en mode SaaS, basée sur un modèle propriétaire, qui permet aux individus et aux entreprises de créer et d'animer leur propre magasin en ligne, lesquels sont hébergés contre une redevance mensuelle » https://fr.wikipedia.org/wiki/Shopify
[173] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication » tic&société, Vol. 4, n° 2
[174] Gimbert, C. (2010), « Quand un nouvel entrant des industries culturelles compose avec les convergences : le multisupports à l'épreuve d'une conception industrielle » Les Enjeux de l'information et de la communication, 2010, 65-82. https://doi.org/10.3917/enic.010.0400

La stratégie de conquête des filières médias et surtout d'acquisition de contenus par le groupe Bolloré se caractérise ainsi par :

> *« une concentration horizontale développée dans plusieurs des secteurs de la communication, ainsi qu'une intégration verticale étendue et une internationalisation relativement réduite. » Au sein de cette stratégie de diversification de l'industriel, les activités des équipes salariées se spécialisent et les compétences sont segmentées au sein de la division média du groupe* [175]*»*

D'un côté, les stratégies de croissance des industriels exercent une influence directe sur les projets de R&D et d'innovation menés par les petits acteurs du numérique et de la création situés à la frange de l'oligopole et qui m'intéressent tout particulièrement.
D'un autre côté, les fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création doivent également prendre des décisions stratégiques concernant le développement de leur activité. Il n'est pas ici question d'atteindre une position dominante dans la filière mais davantage de « survivre » ou de continuer à se développer en évitant une confrontation frontale avec les industriels ou les pôles.
Cependant, le risque et l'incertitude de ces trajectoires peuvent être renforcés par des changements technologiques et décisionnels opérés par des acteurs en amont de la filière. Les questions portant sur le développement des petites entreprises du numérique et de la création ont également intéressé des chercheurs de Sophia-Antipolis (du Centre d'enseignement et de recherche appliqués au management). Leur étude a notamment mis en évidence des « *écarts constatés entre le projet initial – tel qu'il a été formulé dans le premier plan d'affaires – et le projet réalisé* [176] ». Ces changements de stratégies, tant du côté des industriels et des pôles, que des petits acteurs peuvent participer de la fragilisation et des incertitudes des petites entreprises du numérique et de la création.

Le recours à l'auto-financement pour mener à bien les projets de R&D

L'auto-financement se défini comme la « *capacité d'une entreprise à financer son développement par les ressources tirées de son activité* [177] ». Dans le cas des petites entreprises étudiées dans cette recherche doctorale, les projets d'innovation et de création des petites entreprises peuvent nécessiter une importante phase de recherche avant le développement, puis la mise au point du produit ou du service dans sa version exploitable et commercialisable. La recherche de financements pour mener à bien ces différentes phases de développement est un enjeu essentiel. Des acteurs publics (tels que BPI France ou les aides régionales à la création et à l'innovation) mettent en place des dispositifs de soutien dans les premiers mois suivant la naissance des entreprises. De plus, des prestataires de conseil externes, tels que les CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie) ou les cabinets de conseil comme Ambroise Conseil sont missionnés pour faciliter l'accès à ces financements, ainsi qu'aux aides fiscales à l'innovation et à la création. Dans d'autres cas, les fondateurs financent cette phase grâce au soutien de leur entourage ou au capitaux accumulés dans des expériences antérieures. La capacité à financer le début d'activité via les fonds propres est une solution, pas toujours pérenne et surtout discriminante, pour pallier les difficultés d'accès aux financements

[175] Ibid.
[176] Bernasconi, M. & Moreau, F. (2003), « L'évolution du projet des jeunes entreprises technologiques innovantes au cours des premières années : une méthode d'appréciation du cheminement stratégique. » Revue internationale P.M.E., 16(3-4), 11–29. https://doi.org/10.7202/1008443ar
[177] https://comptabilite.ooreka.fr/astuce/voir/489359/capacite-de-financement Consulté le 04/11/2021

bancaires. Néanmoins, ces fonds sont, dans au moins 30% des cas, insuffisants pour mener à bien le projet de R&D de la jeune entreprise. Dans une enquête intitulée « *Financement de l'innovation technologique* » et reprise par Kessler, le manque d'accès aux capitaux et l'auto-financement des projets de R&D – en amont du remboursement des dépenses de recherche via le CIR – sont des problématiques communes à plusieurs petites entreprises dites « innovantes » :

> *« 30 % des chefs d'entreprises innovantes déclarent ne pas pouvoir mener à bien leurs projets par manque d'accès à des capitaux, et il apparaît que 73,8 % des dépenses de R&D réalisées par les entreprises de plus de 20 salariés sont autofinancées. On peut penser que les PME ne disposent pas de ces ressources et subissent des contraintes plus sérieuses. Même s'il est économétriquement difficile de montrer l'existence d'un effet causal des contraintes de crédit, Savignac [2006] estime qu'environ 20 % des firmes françaises abandonnent des projets du fait d'un accès limité aux marchés financiers* [178]»

Les petites entreprises du numérique et de la création sont en proie à des difficultés du même ordre. Les entreprises de la trajectoire 1 rencontrent notamment des problèmes pour mobiliser des fonds lors du lancement du projet, avant d'entrevoir un financement via les dispositifs publics. Sans compter que dans le cas des petites entreprises du numérique et de la création, agissant dans le développement des technologies de « machine learning », de « deep tech », ou d'algorithmie qui nécessitent de très importants investissements dans la phase de lancement de l'activité, les fonds publics à disposition à partir de la seconde année d'existence ne permettent pas de couvrir la totalité de l'investissement.
Une des stratégies alternatives pour pallier le manque de financement dans la première année d'existence consisterait donc à développer une activité annexe, qui ne nécessite pas autant d'investissements. Plusieurs petites entreprises de mon panel mettent en place des prestations de service ou de conseil à destination d'autres acteurs de la filière, parfois même concurrents, afin de financer l'activité de R&D et de garantir un minimum de rentrées d'argent en attendant la viabilité du projet de recherche. La viabilité du projet de R&D peut se matérialiser de différentes manières :

- par la commercialisation d'un produit ou d'une prestation de service, permettant de générer du chiffre d'affaires,
- par le développement d'une plateforme, d'un site internet, ou d'une application mobile générant du chiffre d'affaires (via la vente d'espaces publicitaires ou la commission sur les ventes notamment),
- par l'embauche de salariés.

Perrin (2016) cite l'exemple d'une jeune entreprise accompagnée par Ambroise Conseil :

> « *Une société, par exemple, développe un site internet communautaire qui offre à ses usagers des recommandations d'activités pour les enfants. Créée en 2010, la société a développé une première version de son site, notamment grâce à l'injection de comptes courants d'associés, et une augmentation de capital. Là où cet exemple est intéressant, c'est que l'activité principale de l'entreprise ne génère pas suffisamment de revenus. L'entreprise a donc pris le parti en 2013 d'affecter partiellement son équipe de*

[178] Kessler, M. (2008), « Comment financer l'innovation ? » Regards croisés sur l'économie, 3, 173-176. https://doi.org/10.3917/rce.003.0173

développement à de la prestation de services. Ainsi l'équipe développe-t-elle des sites internet pour des clients. De cette manière l'entreprise améliore son résultat ainsi que ses fonds propres. Dans ce cas précis, il s'agit surtout de ralentir l'érosion des fonds propres puisque l'entreprise n'a pas encore trouvé un modèle d'affaires suffisamment rentable pour assurer l'auto-financement de son développement [179] »

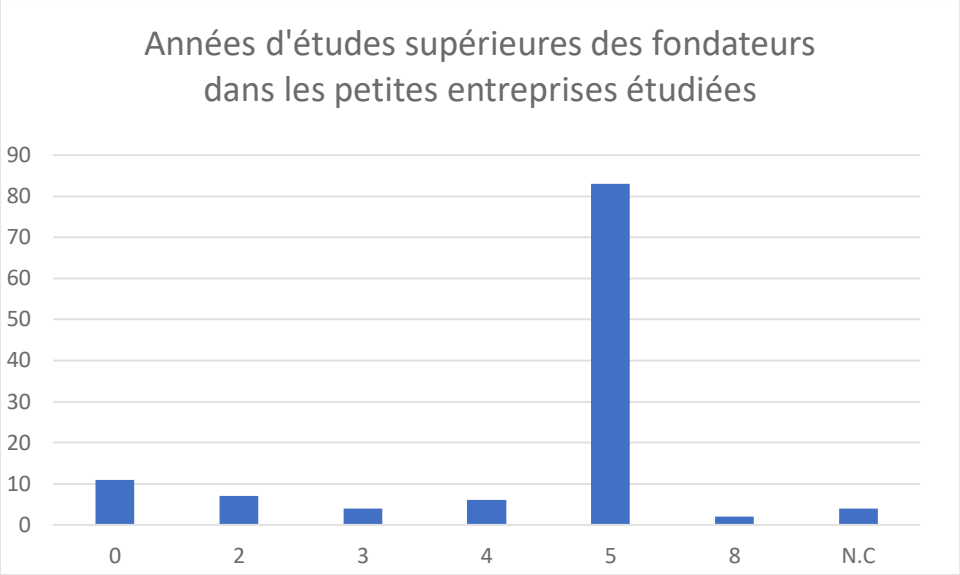
Plusieurs autres petites entreprises issues de la trajectoire 1 ont recours à une stratégie de financement similaire. Dans la filière du jeu vidéo, deux TPE de notre panel ont recours à cette double activité de R&D et de prestataire de service pour parvenir à s'auto-financer. Cela est également le cas pour un acteur de l'intermédiation culturelle, agissant dans le web collaboratif déjà évoqué dans le chapitre précédent. Cet acteur collecte des données concernant les pratiques culturelles de ses usagers depuis 2008. Avis et notes sur des films, des ouvrages, des albums, et d'autres objets culturels ont permis de mettre en relation des communautés d'usagers en fonction de leur goûts et pratiques culturelles, mais ont également permis de générer des millions de données personnelles. Outre l'amélioration de l'algorithme de recommandation et de la qualité de la prescription, ces données massives ont permis à cet opérateur de développer une activité de conseil auprès d'acteurs des filières films et séries en se positionnant comme expert de la prescription de biens culturels. L'amélioration permanente du site internet et les outils développés pour collecter, traiter et analyser les millions données ouvrent l'accès chaque année au CIR, la finesse de la recommandation et le partage de pratiques culturelles ouvrent les portes des programmes de soutien du CNC, et l'activité de consulting permet de générer un minimum de chiffre d'affaires en vue de maintenir l'emploi de la dizaine de salariés et d'investir dans d'autres projets comme le développement d'une application mobile. Cependant, cette TPE du numérique et de la création fait partie de la trajectoire 1 de notre terrain. Le chiffre d'affaires ne dépasse que très rarement le million d'euros et les fondateurs n'ont jamais voulu ouvrir leur capital à de nouveaux investisseurs afin de garder la main sur la ligne éditoriale et le développement stratégique de la société. Mais surtout, cet acteur se présente comme garant d'une forme d'exception culturelle qui ne revend pas directement les données collectées et dont la valeur symbolique est constituée de l'engagement de ces usagers. Cette société est un exemple de projets auto-financés via diverses activités mais avec une stratégie sous-jacente : préférer le financement via les dispositifs publics plutôt que par des acteurs industriels ou financiers afin de ne pas aller à l'encontre de ses usagers qui louent l'impartialité du site internet contrairement à certains concurrents tels qu'*Allociné* qui ont cédé leur capital à des groupes industriels de la communication tels que *Webedia* en 2013.

Quelles sont les caractéristiques du ou des fondateurs qui pèsent dans le développement de l'entreprise, l'obtention des financements et le projet de R&D ?

Dans les graphiques et tableaux ci-dessous, ont été répertoriés les principaux résultats de mon étude de terrain. Plusieurs hypothèses ont ainsi pu être testées et ont permis de définir des éléments socio-économiques qui pèsent sur l'obtention des aides et sur la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Les résultats de cette enquête se trouvent ci-dessous :

[179] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 157)

Graphique 1 : Années d'études supérieures des fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création étudiées



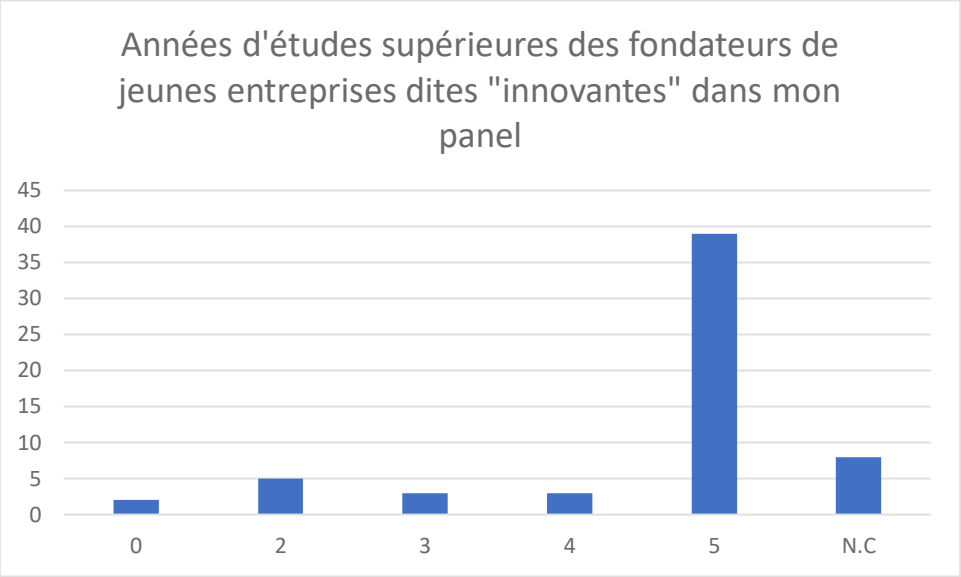
Le graphique ci-dessus montre que les fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création, sont, à plus de 80%, diplômés d'un BAC +5. Ces résultats correspondent à ceux d'une enquête menée dans le cadre du dispositif *SINE* (*Système d'information sur les nouvelles entreprises)* en 2019 portant sur « *l'Évaluation du dispositif Jeune entreprise innovante (JEI)* ». Cette enquête a ainsi mis en évidence le fait que :

> « *Les fondateurs de JEI sont en moyenne plus petites et plus diplômés que les autres créateurs d'entreprise : près de 70% des créateurs de JEI sont titulaires d'un doctorat, d'un diplôme d'ingénieur ou d'une grande école.*[180] »

Dans le cadre de mon panel composé de petites entreprises du numérique et de la création, sur les 117 fondateurs et fondatrices (à l'origine des 60 petites entreprises étudiées), 40 ont été ou sont éligibles au statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante (JEI).

[180] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-final-octobre-2020.pdf consulté le 21/04/2021

Graphique 2 : Années d'études supérieures des fondateurs de JEI



Comme matérialisé dans le graphique ci-dessus, 38 des 60 fondateurs de petites entreprises dans les ICC ayant obtenu le statut JEI ont un Bac +5, soit 63%. Nous sommes donc proches des résultats issus de l'enquête SINE qui souligne que :

> « *Les créateurs de JEI ont des ambitions très fortes. En France, une minorité d'entrepreneurs (32%) créée leur entreprise dans l'objectif de développer fortement son activité et son emploi, à l'inverse 81% des fondateurs de JEI poursuivent cet objectif. Dès lors, 78% des JEI déclarent avoir réalisé une « innovation produit » dès leur première année d'activité — Enfin, les JEI ont des besoins de financement plus importants la première année que les autres entreprises créées. Elles déclarent ainsi un recours plus fréquent aux modes de financement externes tels que les subventions, le capital-risque, les emprunts non bancaires, et les aides publiques.*[181] »

[181] Ibid.

Tableau 1 : Montants des levées de fonds en fonction du nombre de fondateurs et co-fondateurs à la tête des petites entreprises étudiées

Nombre de fondateurs	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
1	26 800 000,00 €	1 600 000,00 €	400 000,00 €	- €	0
2	47 050 000,00 €	107 900 000,00 €	375 000 000,00 €	415 000 000,00 €	482 000 000,00 €
3	11 000 000,00 €	14 000 000,00 €	- €	- €	- €
7	2 000 000,00 €	2 400 000,00 €	11 200 000,00 €	- €	- €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

Une des caractéristiques principales des petites entreprises du numérique et de la création qui lèvent des fonds est qu'elles ont été co-fondées par plusieurs entrepreneurs, aux compétences et parcours souvent complémentaires : un profil ingénieur/ développement et un profil financier/ commercial/ marketing.
En moyenne, il y a 1.95 co-fondateurs par jeune entreprise toutes trajectoires confondues (117 fondateurs à l'origine de 60 petites entreprises).
Dès lors que nous nous intéressons aux petites entreprises qui lèvent des fonds, nous passons à une moyenne de 2.25 co-fondateurs (61 fondateurs à l'origine des 27 petites entreprises ayant réalisées au moins une levée de fonds).
Une tendance se dégage ainsi : pour lever des fonds les petites entreprises doivent avoir été co-fondées par plusieurs entrepreneurs, si possible avec des profils complémentaires.

Tableau 2 : Montants des levées de fonds en fonction du lieu d'obtention du diplôme des fondateurs

Lieu d'obte	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
ETRANGER	- €	- €	- €	- €	- €
N.C	15 100 000,00 €	1 200 000,00 €	5 600 000,00 €	- €	- €
PARIS	56 550 000,00 €	86 700 000,00 €	176 000 000,00 €	415 000 000,00 €	482 000 000,00 €
PROVINCE	15 200 000,00 €	38 000 000,00 €	205 000 000,00 €	- €	- €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

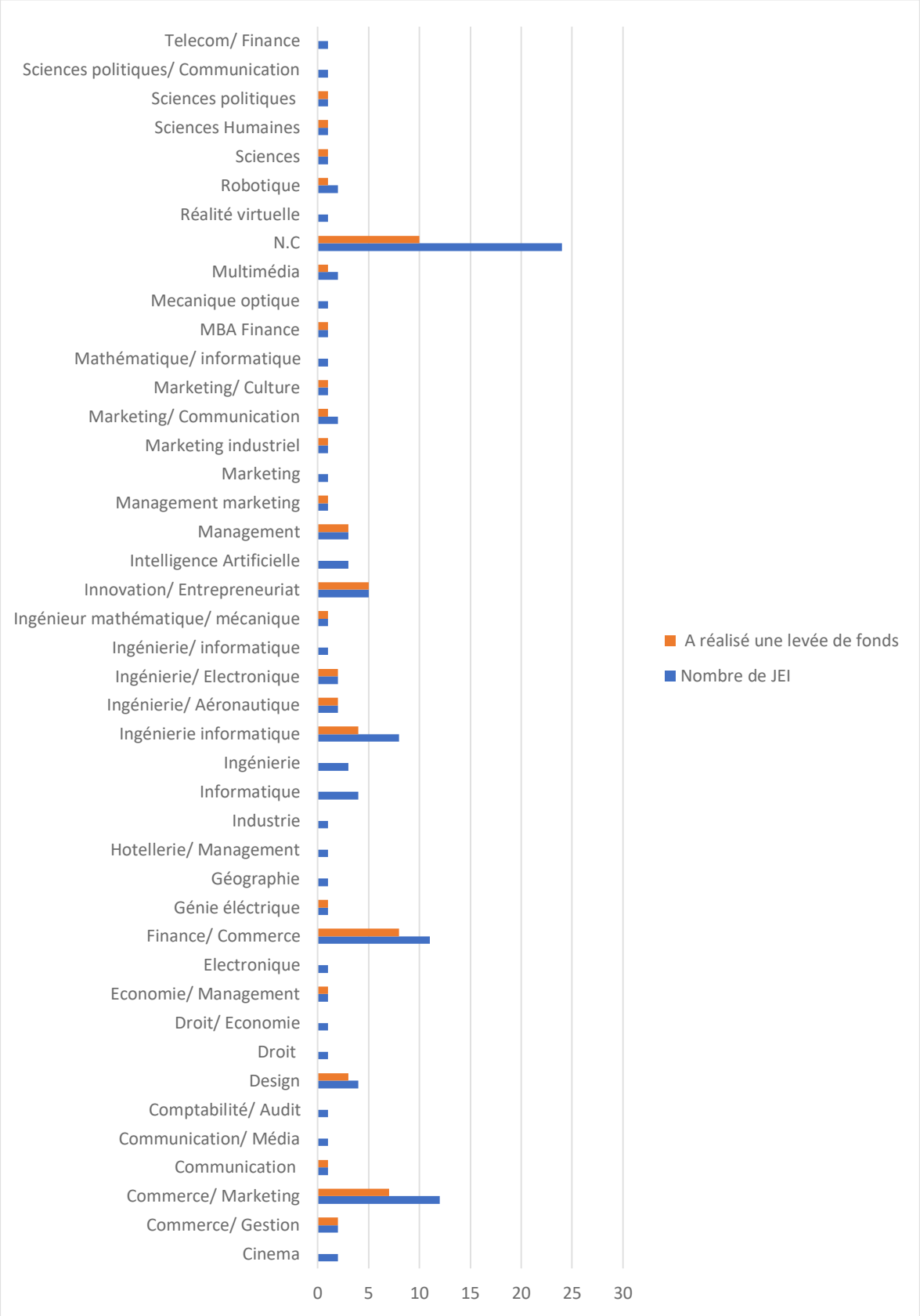
De plus, il semble également se dégager une tendance liée à la levée de fonds en fonction du lieu d'obtention des diplômes des fondateurs. En effet, les fondateurs de petites entreprises françaises du numérique et de la création qui parviennent à réaliser une ou plusieurs levées de fonds sont diplômés d'Universités et d'Ecoles françaises. La part la plus importante des fondateurs qui lèvent des fonds sont diplômés d'Universités et Ecoles situées à Paris ou en région parisienne.

Tableau 3 : Montants des levées de fonds en fonction des expériences entrepreneuriales antérieures des fondateurs

A créé une ou plusieurs entreprises avant	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
0	13 000 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1	42 050 000,00 €	61 500 000,00 €	305 400 000,00 €	160 000 000,00 €	- €
2	11 800 000,00 €	- €	- €	- €	- €
3	20 000 000,00 €	64 400 000,00 €	81 200 000,00 €	255 000 000,00 €	482 000 000,00 €
N.C	- €	- €	- €	- €	- €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

Les expériences entrepreneuriales antérieures des fondateurs sont également des éléments qui pèsent dans la capacité de la petite entreprise à lever des fonds. Les co-fondateurs ayant le plus d'expériences entrepreneuriales sont ceux qui lèvent le plus de fonds.

Graphique 2 : Nombre de levées de fonds réalisées et nombre de statuts JEI en fonction des parcours universitaires et d'écoles suivie par les fondateurs



Mon enquête de terrain a mis en avant l'importance de l'école ou de l'université côtoyée par le fondateur ou les co-fondateurs dans la valorisation de l'activité de la petite entreprise auprès des guichets de financement public (crédibilité du projet de R&D notamment), et des investisseurs privés (dans le cadre d'une levée de fonds ou lors de l'obtention d'un prêt bancaire, notamment en co-financement avec BPI France).
Les fondateurs ayant suivi un parcours finance/ commerce, marketing/ commerce au sein de l'ESCP Europe, d'HEC, du CELSA, de l'ISG, et de l'Université Paris Dauphine ont ainsi davantage de chances de lever des fonds que les fondateurs issus d'autres formations diplômantes. Cela peut s'expliquer notamment par le contenu de certains parcours de Master qui vont plus ou moins sensibiliser les futurs diplômés aux enjeux liés à l'entrepreneuriat, et leur donner les connaissances et compétences nécessaires à la levée de fonds.
Ces résultats démontrent également la place centrale occupée par les diplômés de grandes écoles de commerce, de finance, de gestion et les Universités de Sciences Humaines dans les opérations de levées de fonds. Les formations d'ingénierie informatique sont aussi des parcours qui rassurent les investisseurs.
Il est important de rappeler que dans le cas des petites entreprises du numérique et de la création, plusieurs fondateurs s'associent à l'origine du projet bénéficiant ainsi des synergies des compétences en vue de valoriser et de mener à bien le projet de R&D et l'activité de l'entreprise.

Tableau 4 : Nombre de levées de fonds réalisées en fonction du nombre d'années d'études supérieurs des fondateurs

Années d'études supérieures	A réalisé 1 levée	A réalisé 2 levées	A réalisé 3 levées	A réalisé 4 levées
0	1	0	0	0
2	1	1	1	0
3	1	0	0	0
4	2	1	1	0
5	44	18	13	11
8	1	0	0	0
N.C	10	0	0	0
Total général	**60**	**20**	**15**	**11**

Un autre élément central de la valorisation des petites entreprises du numérique et de la création auprès des investisseurs publics et privés repose sur le nombre d'années d'études supérieures des fondateurs et co-fondateurs.
Ainsi, 73% des fondateurs des petites entreprises de mon terrain ayant réalisé une levée de fonds sont diplômés d'un BAC +5. Un des premiers enjeux de valorisation de l'activité, dans le cadre d'une levée de fonds est donc l'obtention d'un diplôme de Master ou équivalent par les fondateurs afin de rassurer les investisseurs potentiels. Le diplôme est donc un moyen de réduire l'incertitude liée à un potentiel retour sur investissement pour les acteurs financiers.
Cette tendance se confirme puisque 100% des fondateurs qui parviennent à réaliser 4 levées de fonds sont diplômés d'un BAC +5.

La place des femmes fondatrices/ entrepreneures de petites entreprises du numérique et de la création

Un des résultats de l'enquête de terrain concerne la très faible représentativité des femmes parmi les fondateurs d'entreprises du numérique et de la création. Seules 6 fondatrices sont ainsi représentées contre 114 fondateurs. Pour tenter de comprendre ces chiffres, je me suis tourné vers des lectures scientifiques, et les rapports officiels émanant des acteurs publics. Plusieurs institutions nationales et supranationales telles que l'ONU ou la SNE (Syndicat national de l'édition) se sont penchées sur la question de *l'entrepreneuriat féminin dans les industries culturelles et créatives*. Sur les 60 TPE et PME étudiées dans le cadre de cette recherche, seules 3 ont été fondées par des femmes. Du côté des études menées sur le sujet, celle de l'INSEE montre qu'en 2018,

> « *35 % des entreprises créées sont dirigées par des femmes. Ce chiffre progresse peu. Depuis 2010, il a gagné trois points, porté par l'essor du régime du micro-entrepreneur. La part des femmes dans les créations de sociétés, en revanche, stagne. Dans le choix des activités exercées, certains stéréotypes de genre perdurent. Les créatrices d'entreprises sont plus diplômées que les créateurs, et portent des projets plus modestes. Ces différences s'expliquent notamment par le choix des activités exercées et le statut des entreprises créées.*[182] »

Autre résultat notable, sur les 3 petites entreprises fondées par des femmes, une seule a levé des fonds. L'activité concerne un site internet « *offrant aux parents d'enfants de 0 à 12 ans la possibilité de trouver une activité pour occuper intelligemment leurs enfants tout en bénéficiant de promotions commerciales*. » A la faible représentativité des fondatrices s'ajoute un problème de valorisation, et surtout des problèmes d'employabilité. Plusieurs rapports officiels et d'institutions telles que l'ONU traitent de cette problématique :

> « *Malgré des progrès récents dans la promotion de l'égalité des genres dans les industries culturelles et créatives, ainsi qu'une attention renouvelée suscitée par la pandémie et le mouvement #MeToo, bien des efforts restent à faire pour parvenir à l'égalité des genres dans ce secteur. Les obstacles à l'égalité des genres dans les secteurs culturel et créatif sont nombreux et comprennent l'inégalité d'accès à un emploi décent, à une rémunération équitable et à des postes de direction, ainsi que des entraves à l'exercice des droits liés à l'ancienneté* [183] »

Pour pallier ce déficit statistique de présence féminine dans les industries culturelles et créatives, plusieurs dispositifs de soutien et de financement ont récemment été mis en place. Peuvent notamment être évoqués :

- La « *garantie égalité femmes* », mise en place par *France Active*. Il s'agit d'un dispositif national remplaçant le FGIF (Fonds de garantie à l'initiative des femmes) et qui « *permet de faciliter l'accès au crédit bancaire des femmes porteuses d'un projet de création, de reprise ou de développement d'entreprises. La garantie couvre jusqu'à 80 % d'un emprunt bancaire dans la limite d'un montant de 50 000 €* [184]»

[182] https://www.insee.fr/fr/statistiques/5229846#:~:text=En%202018%2C%2035%20%25%20des%20entreprises,soci%C3%A9t%C3%A9s%2C%20en%20revanche%2C%20stagne. Consulté le 04/04/2022
[183] https://popburo.fr/genre-creativite-des-avancees-au-bord-du-precipice/ Consulté le 07/10/2021
[184] https://www.economie.gouv.fr/entreprises/femmes-entrepreneures-aides Consulté le 07/10/2021

- Existe également le « *prêt d'honneur Initiative France »,* qui est accordé sans demande de garantie personnelle ni intérêts par le réseau *Initiative France* :

« *Il permet aux femmes entrepreneures de renforcer leurs fonds propres et ainsi d'accéder plus facilement à des prêts plus importants. Sans remplacer l'emprunt, il permet d'en simplifier la démarche grâce à un effet de levier. Le montant du prêt d'honneur dépend de la nature du projet et des besoins en fonds propres. La moyenne nationale des prêts d'honneur du réseau Initiative s'élève à 9 700 €.* [185]»

Enfin, différents dispositifs régionaux ont pour ambition d'encourager l'entrepreneuriat féminin, dont le plus actif et le mieux doté concerne « *Les Plans d'action régionaux pour l'entrepreneuriat des femmes* » et qui favorise la « *création-reprise d'entreprise par les femmes dans tous les secteurs, notamment l'industrie, le bâtiment, le numérique et l'innovation* ».
Ces dispositifs ne sont pas spécifiques aux industries culturelles et créatives. En mars 2021, un rapport co-dirigé par le Conseil national du numérique intitulé « *les conditions d'accès au financement des femmes dirigeantes de startups*[186] », soulignait une légère amélioration sur les trois points suivants :

> « *La part des startups fondées par des équipes féminines ou mixtes a augmenté de quatre points en un an pour atteindre 21% ;*
> *L'écart moyen de financement s'est réduit de 8% entre les équipes fondatrices masculines et féminines ;*
> *Les fonds signataires sont trois fois plus nombreux qu'en 2019 à prendre en compte le genre dans les dossiers d'investissements qui leur sont apportés.* »

Néanmoins, l'étude souligne le maintien d'importantes discriminations liées au sexe des fondateurs dans la capacité à lever des fonds :

> « *les investisseurs continuent de privilégier les startups fondées par des équipes 100% masculines. Ces dernières représentent plus de 90% des fonds levés en 2020* [187]»

Du côté de mon panel, parmi les trois petites entreprises fondées par des femmes, une seule a levé des fonds. 800 000€ en 2012 investis par des acteurs de l'e-commerce tels qu'Olivier Mathiot et Justin Ziegler de PriceMinister, Arnaud Barey de VoyagerMoinsCher.com, ou encore Adrien Nussenbaum de la Fnac.com puis de Mirakl Le réseau Femmes Business Angel et le fonds *Actarus Capital* sont également intervenus lors de ce premier tour de table. Ces acteurs industriels et du financement sont intervenus cinq années avant que la jeune entreprise, dont il est ici question, ne soit rachetée par un acteur français des industries de l'information et des médias.

[185] Ibid.
[186] https://www.bcg.com/fr-fr/press/3march2021-women-founders-of-startups-creation-financing-startups-progressing consulté le 07/10/2021
[187] Ibid.

Tableau 5 : Montants des levées de fonds en fonction du sexe des fondateurs à la tête de chaque petite entreprise

Sexe des fondateurs	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
F	800 000,00 €	- €	- €	- €	- €
M	86 050 000,00 €	125 900 000,00 €	386 600 000,00 €	415 000 000,00 €	482 000 000,00 €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

Les résultats de mon enquête sont à modérer, tant les femmes sont faiblement représentées (6 fondatrices sur 117 fondateurs). Le nombre d'années d'études supérieures moyen des fondatrices est sensiblement similaire à celui des fondateurs (Bac+5). Les parcours suivis également. Un des facteurs discriminants par rapport aux hommes fondateurs dans les secteurs du numérique et de la création est lié aux expériences antérieures de création d'entreprises. Une seule des 6 femmes a créé une entreprise avant, et ce n'est pas celle qui a levé des fonds. D'autres études montrent que cette problématique touche l'ensemble des secteurs d'activité, pas seulement ceux du numérique et de la création :

> *« Les équipes féminines de startups ont 30% de chances en moins de lever des fonds par rapport aux équipes masculines. Les femmes fondatrices et co-fondatrices de startups ne récoltent que 5% des fonds alloués chaque année aux petites entreprises innovantes par les fonds de capital-risque français. Les femmes ne représentent que 9% des fondateurs de startups (étude SISTA/BCG 2018). Pourtant, les startups fondées ou co-fondées par des femmes rapportent 2,5 fois plus à leurs investisseurs que les startups fondées par des hommes.* [188]*»*

L'enquête menée par le Conseil national du numérique a mis en avant des problématiques systémiques pour justifier du manque de présence féminine dans les opérations de levées de fonds. En premier lieu, très peu de femmes sont embauchées dans les fonds d'investissement, ce qui témoigne d'un problème plus global voire structurel du financement de la recherche :

> *« Aujourd'hui, en dépit de la disparition des barrières institutionnelles, la participation des femmes à la production scientifique reste marginale* [189]»

Dans un article portant sur « *la place des femmes dans la recherche* », Boutillier et Laperche (2007), contextualisaient les enjeux et les conséquences du manque de financements et de valorisation de la recherche publique en tant que facteur déterminant du faible pourcentage de femmes dans la recherche en France :

> *« La valorisation de la recherche passe notamment par la création d'une entreprise innovante ou par le dépôt d'un brevet. Cette mission nouvelle de l'université peut-elle être un tremplin qui facilitera aux femmes l'accès à la recherche ou bien un obstacle supplémentaire* [190]»

Le constat, 14 ans plus tard, est que dans les petites entreprises du numérique et de la création, on dénombre toujours très peu de fondatrices. Néanmoins, du côté des équipes de chercheurs et techniciens de recherche, les inégalités entre les sexes sont moins importantes et le nombre

[188] https://cnnumerique.fr/files/uploads/2019/SISTA%2BxCNNUM.Charte.pdf Consulté le 07/10/2021
[189] Boutillier, *S.,* Laperche, B. (2007), « La place des femmes dans la recherche : apprentissage, production et valorisation des connaissances. » Marché et organisations, 5, 61-77. https://doi.org/10.3917/maorg.005.0061
[190] Ibid.

de femmes à occuper des postes de R&D dans les secteurs du numérique et de la création est sensiblement similaire aux postes occupés par les hommes.

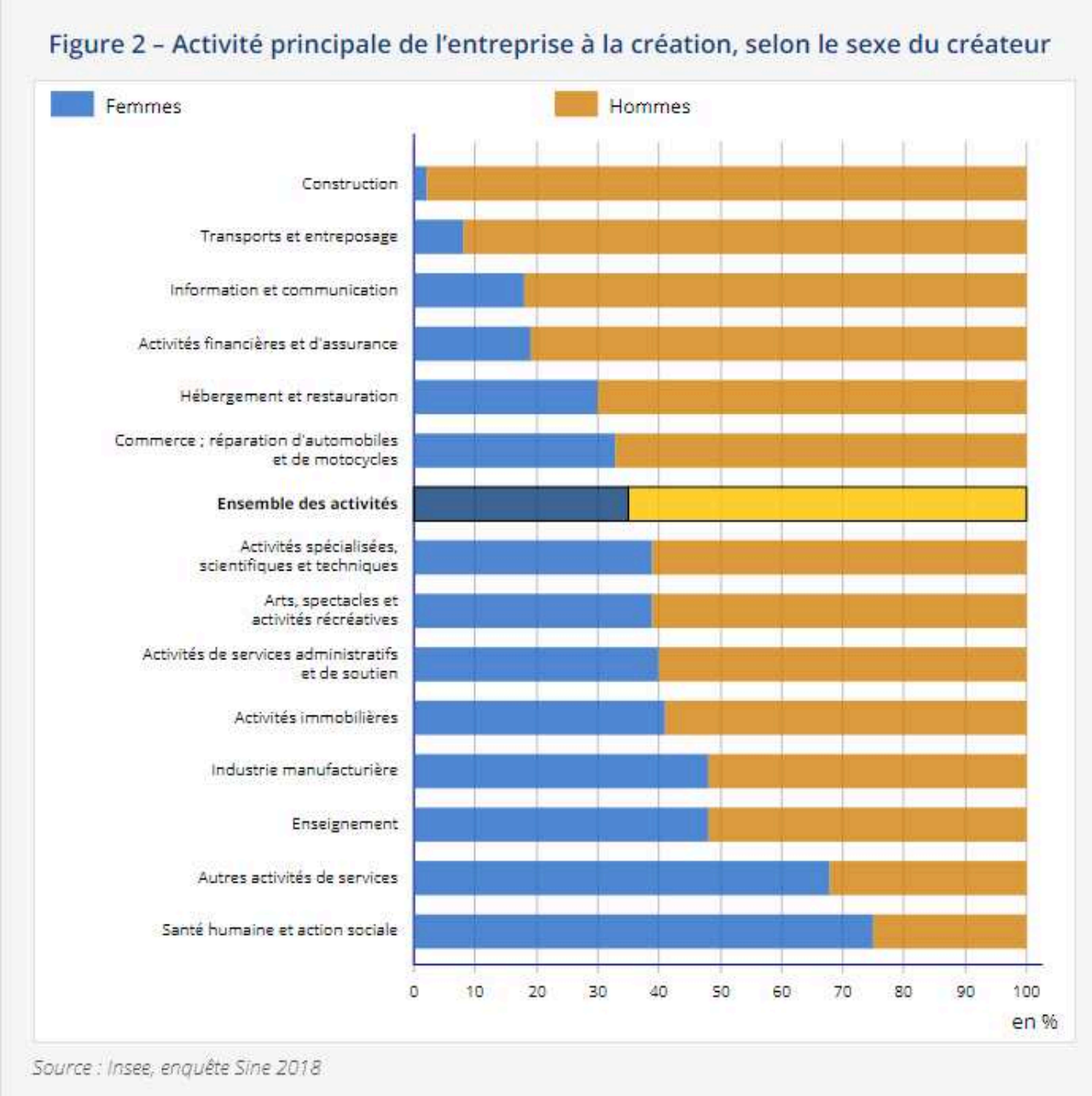
> *« En France, comme en Europe, les femmes choisissent en premier lieu, lorsqu'elles sont étudiantes mais aussi enseignantes ou chercheuses à l'université les sciences humaines et sociales, les sciences du vivant, la chimie et la médecine ; les proportions étant plus faibles dans les mathématiques et la physique, mais aussi dans les sciences de l'ingénieur. Les branches d'activité des entreprises présentant les plus fortes participations des femmes, recoupent les disciplines les plus féminisées de la recherche publique : les femmes sont plus présentes dans l'industrie pharmaceutique, la chimie et les industries agro-alimentaires, de même que dans les sciences du vivant et la chimie en université, alors qu'elles boudent les secteurs de l'automobile et de l'aéronautique, de même que les sciences pour l'ingénieur à l'université.*[191]*»*

Le manque de femmes fondatrices dans les petites entreprises étudiées et dans les secteurs du numérique et des industries culturelles et créatives peut-il être uniquement expliqué par le fait que ces dernières suivent moins que les hommes des formations d'ingénieures et de commerce/ finance ?
Cette piste ne peut être la seule exploitée mais le constat semble le même au sein des structures en charge de l'accompagnement de petites entreprises des NTIC, comme nous le confirme Céline Souliers dans un entretien semi-directif mené en octobre 2021. La directrice de l'incubateur d'innovation publique Belle de Mai spécialisé dans les NTIC (https://www.belledemai.org/) souligne, au sujet du peu de femmes fondatrices :

> *« Nous avons réussi à l'améliorer dans notre programme La Manufacture qui ne sélectionne pas uniquement des projets deeptech mais rien de bien miraculeux.*
> *Nous avons entre 95 et 100% d'hommes. Pour les raisons, je ne suis pas forcément sociologue mais j'ai l'impression que le vivier au départ est déjà plus faible. En effet, à l'université et dans les écoles d'ingénieurs, les filières tech sont majoritairement composées de garçons.*
> *Pour les autres raisons, je n'ai pas d'explications qui ne seraient pas des clichés : les femmes sont moins enclines à avoir des projets tech innovants ? ou elles se sentent moins légitimes pour être CEO ? Elles sont moins bien financées au départ (je ne pense pas) ?* [192]*»*

Les données de l'INSEE de 2018 portant sur « *l'activité principale de l'entreprise à la création, selon le sexe du créateur* », confirment que dans les secteurs de l'information et de la communication, seules 20% de femmes sont à l'origine de l'activité, en faisant le troisième secteur où les femmes sont le moins représentées :

[191] Ibid.
[192] Extrait d'un échange de mail avec Céline Souliers datant d'octobre 2021.



Dès lors, existe-t-il des freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin dans les filières du numérique et de la création ? S'agit-il de contraintes sociodémographiques comme le niveau de diplôme ou le nombre d'enfants, ou encore de raisons plus contextuelles comme la conjoncture ou les particularités nationales ? Ou bien de freins liés aux stéréotypes de genre ?

Pour Badia, Brunet, et Kertudo (2013), les freins à l'entrepreneuriat féminin sont le produit d'une combinaison de facteurs endogènes :

> *« Une fois les femmes inscrites dans la démarche entrepreneuriale, un ensemble de facteurs, à la fois endogènes et extérieurs à elles, vont se combiner pour influer sur la concrétisation de leur projet (entendue ici comme le lancement effectif de l'entreprise, indépendamment de son succès, de sa rentabilité, etc.). Ces facteurs peuvent être listés ainsi :*

- *L'environnement familial et amical de la femme concernée ;*
- *Sa formation et son parcours professionnel antérieur ;*
- *Sa personnalité (confiance en soi, sentiment d'efficacité ou de compétence, aversion au risque) ;*
- *Ses projets familiaux ;*
- *Les projets professionnels de son conjoint ;*
- *L'accès aux financements et aux moyens matériels ;*
- *La nature et le contenu du projet lui-même.* [193]*»*

Dans l'accès aux différents dispositifs de financement public, deux des trois entreprises en question sont ou ont été éligibles au CIR et au CII, une au CIC. Je ne constate donc pas de désavantage quant à l'accès aux financements publics. Cependant, la trajectoire de ces trois entreprises fondées par des femmes témoigne d'une difficulté à lever des fonds. Marlow et Patton (2005) considèrent eux que les femmes entrepreneures créant leur propre emploi sont désavantagées par leur genre (« *disadvantaged by their gender* ») dans l'accès aux investisseurs. Il s'agit là d'un vrai sujet. Non seulement les femmes connaitraient des freins à la création de l'entreprise, mais elles en connaîtraient également dans la recherche d'investisseurs. Pour Chasserio, Paillot et Poroli (2016),

> *« près de 50 % des femmes entrepreneures européennes estiment avoir un accès plus difficile aux financeurs externes que les hommes, et seules 28 % d'entre elles font appel au crédit bancaire. Si le montant du capital initial (et donc le recours à des financements externes) dépend bien évidemment du secteur d'activité, les conditions du financement n'en ont pas moins une incidence directe sur le taux de survie des entreprises, sur la possibilité ou non de saisir certaines opportunités d'affaires ou encore sur la croissance et le développement des entreprises* [194] *»*

[193] Badia, B., Brunet, F. & Kertudo, P. (2013), « Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin : Étude qualitative auprès de créatrices d'entreprise dans l'agglomération de Nancy. » Recherche sociale, 208, 7-57. https://doi.org/10.3917/recsoc.208.0007

[194] Chasserio, *S.,* Pailot, *P. &* Poroli, *C.* (2016), « L'entrepreneuriat est-il genré ? » Regards croisés sur l'économie, 19, 62-75. https://doi.org/10.3917/rce.019.0062

Quelles sont les caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création qui font leur valeur auprès des acteurs financiers et industriels ?

Au-delà des éléments socio-économiques qui pèsent dans l'obtention des financements publics en faveur des secteurs du numérique et de la création, mon terrain de recherche a également permis d'étudier les facteurs pesant dans la valorisation des petites entreprises, dès lors que celles-ci lèvent des fonds. Un premier élément central de cette recherche doctorale sur le financement des projets dans les secteurs du numérique et de la création concerne la dotation de départ des entreprises qui est principalement constituée des apports du fondateur et de ses proches. Ce sujet a également concerné les chercheurs en gestion, management, et sciences économiques, et notamment Savignac (2007) qui démontre, à travers une étude menée par Hellmann et Puri (2002), que :

> *« Les entreprises financées par capital-risque ont plus tendance à voir remplacer le fondateur de l'entreprise par un p-dg « extérieur » (et plus vite), que les entreprises non financées par capital-risque, ceci que le créateur ait conservé un rôle au sein de l'entreprise (la mise en place d'un nouveau p-dg visant alors à accompagner le développement de la firme) ou qu'il n'y exerce plus aucune activité (la société de capital-risque a alors pris le contrôle de la start-up)* [195] *»*

Une jeune entreprise qui serait entièrement détenue par son ou ses fondateurs dispose d'un financement initial composé des fonds apportés par l'entrepreneur lui-même ou fournis par son entourage. Ce financement initial est complété par des aides publiques, telles que le Crédit Impôt Recherche ou les subventions BPI France, ou encore la Bourse French Tech. Cependant, la somme totale nécessaire à la mise en œuvre du projet de R&D sur les premières années suivant la création de la société doit souvent être complétée par d'autres sources de financement, et ce surtout lorsque l'entreprise n'est pas en mesure de commercialiser un produit ou un service. Cette tendance est celle de 40% des entreprises étudiées dans cette recherche, constituant la première trajectoire. Ainsi, les petites entreprises doivent également solliciter des sources de financement externes, telles que le recours aux prêts bancaires, ou le recours à un financement de la part d'une société en capital risque (VC), ou un à un réseau de business angels (BA). Une des questions qui nous anime repose sur les caractéristiques des petites entreprises qui favorisent l'obtention des différents financements tout au long de l'évolution du projet de développement.
Dans cette recherche, plusieurs hypothèses ont été testées et une analyse quantitative a été réalisée afin d'étudier les facteurs centraux de la valorisation des petites entreprises du numérique et de la création. Les différents résultats de mon étude ont été répertoriés dans les tableaux et graphiques ci-dessous.

[195] Savignac, F. (2007), « Quel mode de financement pour les jeunes entreprises innovantes : Financement interne, prêt bancaire, ou capital-risque ? » Revue économique, 58, 863-889. https://doi.org/10.3917/reco.584.0863

Tableau 6 : montants des levées de fonds en fonction du nombre de tours de levées de fonds

Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
100 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 100 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 700 000,00 €	- €	- €	- €	- €
3 000 000,00 €	- €	- €	- €	- €
5 000 000,00 €	6 500 000,00 €	100 000 000,00 €	160 000 000,00 €	- €
6 300 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 000 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 500 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 000 000,00 €	- €	- €	- €	- €
200 000,00 €	- €	- €	- €	- €
200 000,00 €	- €	- €	- €	- €
200 000,00 €	300 000,00 €	400 000,00 €	- €	- €
350 000,00 €	1 400 000,00 €	- €	- €	- €
10 000 000,00 €	- €	- €	- €	- €
2 000 000,00 €	14 000 000,00 €	- €	- €	- €
1 000 000,00 €	1 200 000,00 €	5 600 000,00 €	- €	- €
1 000 000,00 €	1 200 000,00 €	5 600 000,00 €	- €	- €
2 500 000,00 €	- €	- €	- €	- €
15 000 000,00 €	38 000 000,00 €	205 000 000,00 €	- €	- €
18 000 000,00 €	62 000 000,00 €	70 000 000,00 €	255 000 000,00 €	482 000 000,00 €
11 300 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1 700 000,00 €	1 300 000,00 €	- €	- €	- €
1 800 000,00 €	- €	- €	- €	- €
100 000,00 €	- €	- €	- €	- €
800 000,00 €	- €	- €	- €	- €
86 850 000,00 €	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

Le tableau ci-dessus montre un premier élément du financement des petites entreprises du numérique et de la création via les levées de fonds :
Les montants augmentent en fonction des tours de levées et le nombre d'entreprises qui lèvent des fonds baisse, ce qui suppose une augmentation de la valeur de l'entreprise qui lève à chaque tour, et qui dénote une forte concentration des investissements sur un nombre réduit d'entreprises.
Ainsi, en « *seed* [196]», plusieurs petites entreprises ont la capacité de lever des fonds sur un premier tour, avec des montants allant de 100 000€ à 15 000 000 € levés auprès de capitaux risqueurs ou de business angels.
Lors du second tour, les montants sont plus importants et le nombre d'entreprises en capacité de lever se réduit. Les investissements se concentrent ainsi autour de 6 projets avec des montants allant de 300 000 € à 38 000 000 €.
Lors d'un troisième tour, 5 entreprises parviennent à lever entre 400 000 € et 205 000 000 €. La concentration d'investissements est encore plus flagrante avec le quatrième tour de levée de fonds, où deux entreprises ont, à elles seules, levé 415 000 000 € soit 4.8 fois plus que les montants cumulés des 27 petites entreprises au premier tour. Cette concentration se confirme avec une seule entreprise ayant réalisé 5 levées de fonds.

[196] « Le seed capital, ou capital d'amorçage, représente l'ensemble des fonds de départ que des investisseurs proposent afin de payer les frais préalables à une création d'entreprise. Le seed capital va donc être utilisé pour honorer différentes dépenses, comme les études de projet et de faisabilité, les études de recherche et développement, ou encore les prestations financières, comptables et juridiques. Le seed capital est utilisé dans le cadre du financement de projet par le capital-risque, qui est lui-même une composante du capital-investissement. » https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199163-seed-capital-definition-traduction-et-synonymes/ consulté le 04/03/2021

Tableau 7 : Montants des levées de fonds en fonction des brevets déposés

A déposé un brevet	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
0	86 850 000,00 €	125 900 000,00 €	386 600 000,00 €	415 000 000,00 €	482 000 000,00 €
1	- €	- €	- €	- €	- €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

Pour nombre d'acteurs publics, financiers et industriels, le dépôt de brevet est considéré comme garant d'une démarche d'innovation et comme marqueur de l'efficacité de la propriété intellectuelle.
Néanmoins, les résultats de notre recherche confirment la vision de l'innovation par Bouquillion (2010), pour qui le dépôt de brevet est rare dans les industries de la culture et de la communication.
Aucune entreprise de mon panel ayant levé des fonds n'a eu recours au dépôt de brevet.

Tableau 8 : Montants des levées de fonds en fonction de l'éligibilité au statut JEI

Statut JEI	Montant de la levée de fonds 1	Montant de la levée de fonds 2	Montant de la levée de fonds 3	Montant de la levée de fonds 4	Montant de la levée de fonds 5
0	18 700 000,00 €	- €	- €	- €	- €
1	68 150 000,00 €	125 900 000,00 €	386 600 000,00 €	415 000 000,00 €	482 000 000,00 €
Total général	**86 850 000,00 €**	**125 900 000,00 €**	**386 600 000,00 €**	**415 000 000,00 €**	**482 000 000,00 €**

L'éligibilité au statut de Jeune Entreprise Innovante semble également peser dans la capacité de la petite entreprise à lever une ou plusieurs fois des fonds. Si cela n'est pas une condition obligatoire, les caractéristiques des JEI traduisent une réduction de l'incertitude quant à l'investissement réalisé par les fonds, notamment aux tours de levées de fonds 2 à 5.
Le statut JEI confère d'importants avantages fiscaux, notamment « *l'exonération totale d'impôt sur les bénéfices la 1re année d'exercice et de 50 % l'année suivante, l'exonération, sur délibération des collectivités territoriales, de la CFE, CVAE et taxe foncière pendant 7 ans, l'exonération de charges patronales d'assurances sociales et d'allocations familiales pour les salariés consacrant au moins 50 % de leur temps au projet de recherche pendant 7 ans* ».[197]

Cependant, lors des entretiens semi directifs avec des acteurs du financement, la question suivante a été posée :

> *L'éligibilité au statut JEI ou aux dispositifs de soutien à la R&D et à l'innovation augment -elle la valeur de la jeune entreprise ?*
>
> La réponse du responsable investissement d'un des fonds ne semble pas corroborer cette thèse :
>
> *« **Hugo Carcaly :** Une entreprise qui va être éligible au statut de Jeune Entreprise Innovante, qui fait du Crédit d'Impôt recherche, va-t-elle susciter davantage votre intérêt qu'une start up qui n'en fait pas ?*
> ***Monsieur R, chargé d'investissements :** Pas nécessairement, derrière on va comprendre pourquoi et comment elle obtient le statut JEI. On va s'intéresser aux chiffres du bilan pour comprendre la propriété intellectuelle qui a été développée par*

[197] https://www.cci-paris-idf.fr/fr/entreprises/developpement/financement-statut-jeune-entreprise-innovante-jei#:~:text=Avantages%20fiscaux%20et%20sociaux&text=exon%C3%A9ration%2C%20sur%20d%C3%A9lib%C3%A9ration%20des%20collectivit%C3%A9s,de%20recherche%20pendant%207%20ans. Consulté le 04/04/2021

les budgets de R&D alloués. La plupart des sociétés réussissent à qualifier la dimension innovante de ce qu'elles produisent pour pouvoir être éligibles au statut JEI. On n'en fait pas un critère en tant que tel, parce que sinon on investirait dans toutes les boîtes. Mais on essaie de comprendre ce qu'il y a derrière et ça permet de comprendre certaines barrières technologiques.[198] »

Le ou les projets de R&D et/ ou d'innovation que mènent l'entreprise nécessitent une expertise technique de la part d'un intermédiaire (type cabinet de conseil), ou du financeur lui-même (ministère de la Recherche dans le cas du CIR). Cette expertise rend légitime ou non le projet de recherche de l'entreprise en lien avec les critères d'éligibilité des différents dispositifs publics de soutien lors d'un investissement potentiel. Néanmoins, en interrogeant les acteurs privés et publics du financement (fonds d'investissements, business angels, BPI France) sur la question de la valorisation de la jeune entreprise au travers de son éligibilité au statut JEI et/ ou au CIR-CII, il s'avère que pour eux, l'obtention de ces différentes aides publiques ne soit pas un critère permettant d'évaluer le risque de l'investissement ou de donner une valeur à l'activité de la structure.

Lors de l'entretien avec les chargés d'investissement, la question suivante a été posée :

« ***Hugo Carcaly :*** *Quels sont les leviers stratégiques mis en place par les fondateurs pour valoriser leur entreprise dans le cadre d'une levée de fonds ?*

Monsieur R, chargé d'investissements : « *on regarde tous ces éléments : l'équipe, la performance commerciale, le marché, s'il y a une composante technologique c'est souvent le cas au cœur de la proposition de valeur de la start up, on challenge les barrières à l'entrée technologiques bâties par la start-up sur son marché.* [199]»

Les projets de R&D menés en interne, ainsi que l'activité culturelle ou de création ne semblent donc pas peser dans la valorisation. Cette hypothèse est confirmée par un des investisseurs interrogés lors de cette recherche doctorale :

« *Un projet qui mettrait vraiment la culture et la mission culturelle avant même l'objectif de création de valeur financière et de création de valeur pour un investisseur ne pourrait pas rentrer dans les clous de notre stratégie, car il y a un objectif de mettre à l'équilibre son portefeuille et de créer de la valeur.* [200]»

La création de valeur dont il est ici question est liée à un potentiel retour sur investissement, calculé sur la base d'un ratio rendement-risque par les investisseurs. Cette méthode de valorisation sera expliquée plus tard dans le manuscrit. Au sujet d'une « *trajectoire fulgurante* » d'une entreprise des NTIC ayant levé plusieurs dizaines de millions d'euros en 2020, un autre responsable d'investissements de fonds en capital risque d'un industriel français des télécommunications prend le contrepied des théories financières complexes permettant de définir la valeur d'une jeune entreprise :

« Comme les mecs sont des stars ils créent eux-mêmes la valeur de la boîte. [201]*»*

[198] Retranscription complète de l'entretien disponible en annexe 1 du manuscrit
[199] Retranscription complète de l'entretien disponible en annexe 1 du manuscrit
[200] Ibid.
[201] Retranscription complète de l'entretien semi-directif en annexe 2 du manuscrit.

Selon ce professionnel, les enjeux liés à la valorisation des petites entreprises agissant dans les secteurs des NTIC et des industries culturelles ont considérablement évolué en lien avec les théories liées à l'actionnariat, à la financiarisation des secteurs, et la part grandissante des investissements technologiques rapportés aux dépenses totales des petites entreprises :

> *« Il faut bien avoir conscience qu'en fait aujourd'hui, si tu prends la situation dans les années 70, dans les années 70, qui est à la manœuvre ? Ceux qui sont à la manœuvre ce sont les corporate : on a en général de gros conglomérats industriels, un actionnariat assez éclaté. En tout cas, les actionnaires n'ont pas vraiment le pouvoir. Ils ont juste le droit de prendre des participations en fonction de ce qu'ils estiment être un bon dirigeant. Mais celui qui a la main sur l'allocation des ressources, c'est le dirigeant des sociétés. Et dans ces sociétés-là, il y a une part très importante qui est consacrée au développement des technologies. Quand on va arriver à grandir, le modèle théorique qui accompagne ça, c'est la théorie de l'agence, avec une prise de pouvoir petit à petit, les actionnaires, en considérant que l'allocation des ressources, ce n'est plus aux dirigeants du corporate de la faire, mais c'est aux actionnaires directement. Et donc, c'est l'époque des fameux LBO, enfin c'est le début des LBO, et c'est surtout l'époque où il y a des LBO dans tous les sens. On demande au groupe de se recentrer sur un secteur, une mission, quelque chose d'assez précis et qui soit cohérent. On considère toujours qu'il est plus optimisé de scinder les choses pour avoir des directions opérationnelles sur des gens, sur des périmètres très précis qui répondent clairement aux objectifs de rentabilité qui, en tout cas, mettent en œuvre des couples de rendement/ risque qui soient tout à fait adaptés.* [202]»

Ce même interlocuteur affirme cependant que la création de synergies avec les activités de l'industriel n'est plus une condition sine qua none de la prise de participation dans le capital de la jeune entreprise :

> *« On met en place des outils pour que les startup puissent développer des synergies avec le groupe. Mais l'idée n'est pas de financer des startups qui soit « Orange Dépendant ». On essaye d'être comme un VC de place, tout en ayant cette possibilité pour les boites qui qu'ils le souhaitent, dans lesquelles on investit de développer des synergies fortes avec le groupe.*[203] »

Le traitement des données massives au cœur des stratégies de développement et de valorisation des petites entreprises du numérique et de la création

Une des spécificités des petites entreprises du numérique et de la création étudiées dans cette recherche est leur engagement dans des projets de collecte, de traitement et d'analyse des données massives. Cela est le cas pour au moins 30 petites entreprises sur les 60 étudiées. Preuve du caractère transectoriel de la collecte et du traitement de données massives, les 30 petites entreprises qui agissent dans le traitement des données massives appartiennent à 7 code APE différents : portails internet, conseil pour les affaires et autres conseil de gestion, édition de logiciels système et de réseau, édition de revues et périodiques, portails internet, programmation informatique, traitement de données hébergement et activités connexes, traitement de données, hébergement et activités connexes. Selon Bullich et Clavier

[202] Ibid.
[203] Ibid.

(2018), le sujet des données massives c'est « *échappé des cénacles des spécialistes en informatique pour s'imposer comme thématique des sciences humaines et sociales.*[204] »
Les résultats de ma recherche confirment le mouvement à l'œuvre et le fait que les petites entreprises du numérique et de la création se soient également emparées du sujet. Deux éléments de la trajectoire des petites entreprises traduisent cette évolution progressive des activités vers les données massives :

- Le recrutement, au sein de la quasi-totalité des entreprises étudiées, de salariés issus de formation en data : Data Scientist, Data Analyst, Chief Data Officers ou Data Protection Officers. Ces embauches traduisent :
  « L'intérêt croissant des entreprises et des administrations pour l'obtention, l'agrégation et l'analyse de données massives préalablement à la conception et la mise en œuvre de leurs stratégies 205*».*

- L'augmentation croissante et significative des dépenses de personnel de R&D dans les assiettes du CIR. Les dispositifs publics de soutien à l'innovation et à la R&D, tels que le CIR, le CII et les subventions européennes et de BPI France favorisant l'embauche de ces nouvelles fonctions liées à l'exploitation des données massives.

Les résultats de mon étude montrent que le pourcentage de chercheurs et techniciens de recherche, comprenant les salariés agissant dans le traitement des données massives évoqués précédemment, occupent une place importante dans les effectifs des entreprises étudiées.
Près de 80% pour les 7 entreprises de la seconde trajectoire, 69% pour celles de la trajectoire 3, 60% pour celles de la première.

[204] Bullich V, Clavier V, (2018), « Production des données : Les Big Data et algorithmes au regard des Sciences de l'information et de la communication. » Dossier 2018 de la revue Les Enjeux de l'information et de la communication Ibid.
[205] Ibid.

Tableau 9 : nombre de « chercheurs et techniciens de recherche » (au sens du CIR) parmi les effectifs salariés des petites entreprises étudiées en fonction des sept trajectoires

TRAJECTOIRES	Nombre de petites entreprises	Nombre de salariés cumulés entre 2004 et 2020	Nombre de « chercheurs » et techniciens de recherche par rapport aux effectifs moyens déclarés	Nombre de chercheurs et techniciens de recherche par rapport aux effectifs moyens déclarés (en pourcentage)
1	24	650	389	60 %
2	7	173	137	79 %
3	4	13	9	69 %
4	6	13 681	289	2 %
5	15	785	427	54 %
6	3	376	58	15%
7	1	103	8	8 %
TOTAL	***60***	***15 781***	***1317***	

Rappel des 7 grandes trajectoires issues des résultats de mon terrain de recherche

1° Des petites entreprises qui ne lèvent jamais de fonds mais s'inscrivent dans la durée
2° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis déposent le bilan dans les mois qui suivent
3° Des petites entreprises qui ne lèvent pas de fonds et déposent le bilan dans les 24 premiers mois suivant le début de l'activité
4° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis se revendent à un acteur industriel ou un acteur financier
5° Des petites entreprises qui lèvent des fonds mais restent aux fondateurs
6° Des petites entreprises qui sont revendues à un industriel sans levée de fonds antérieures
7° Trajectoire unique d'une TPE créée en 2009 : en croissance permanente depuis la création et qui a réalisé sa première levée de fonds (6,3 Millions €) en 2021

Du point de vue de l'emploi et des montants alloués à la recherche et à l'innovation, certaines filières du numérique et de la création sont plus traversées que d'autres par des enjeux liés aux données massives. Les trois entreprises de mon terrain agissant dans la filière du jeu vidéo, exploitent les données massives notamment afin de mesurer et analyser les communautés de joueurs en ligne. L'exploitation des données est notamment envisagée pour répondre à différents problèmes auxquels sont confrontés les acteurs de la filière du jeu vidéo et notamment l'augmentation du nombre de joueurs et les enjeux liés à la rétention directement corrélée à la rémunération des éditeurs de jeux. Les données peuvent également permettre de mieux comprendre les pratiques des joueurs, et leurs attentes, en vue d'apporter les modifications nécessaires à une augmentation des ventes sur les éditions à venir.
Les plateformes numériques ont également largement recours au traitement des données massives. Comme le confirme Bouquillion (2020),

> *« Au sein des plateformes, la mise en visibilité s'exerce principalement grâce à des systèmes de recommandation qui sont des dispositifs algorithmiques permettant d'organiser la collecte et le traitement des données massives. Ils sont destinés à proposer de façon personnalisée des contenus convenant, en principe, aux attentes et aux goûts exprimés, ou même non exprimés, des utilisateurs des plateformes.* [206]»

Les petites entreprises du numérique et de la création, agissant dans d'autres filières des ICC, utilisent le traitement des données massives pour développer des systèmes de recommandation et de prescription, notamment de biens culturels. Au sein de ces dispositifs d'intermédiation, les utilisateurs sont incités et encouragés :

> *« À dévoiler plus de données, comme c'est le cas de Netflix (Drumond, Coutant et Millerand, 2018), ou pour vanter la capacité de leur système de recommandation à favoriser la diversité culturelle* [207]*».*

Les données massives occupent une place importante au sein même des modèles d'affaires mis en place par les petites entreprises qui composent le terrain de cette recherche. Au-delà des conséquences sur l'emploi et sur l'obtention des financements, les 30 petites entreprises qui agissent dans la collecte et/ ou le traitement et/ou l'analyse des données massives ont construit ou construisent leur modèle d'affaires autour de ces activités. Les modèles d'affaires présentés dans le tableau ci-dessous démontrent notamment l'articulation entre les activités dites « culturelles » et le développement de briques technologiques et d'une offre de service directement liées à l'activité de traitement des données. Ces « *nouvelles interdépendances* [208]», pour reprendre l'expression employée par Ithurbide et Rivron (2018) au sujet des plateformes, sont liées à l'exploitation de « *nouvelles ressources de communication dans les filières culturelles* [209]» par les petites entreprises des filières des industries de la communication. Ces ressources sont ainsi très liées aux données massives.
La gestion des données massives, par les compétences techniques spécifiques et la capacité d'adaptation qu'elles nécessitent, deviennent des objets de recherche adaptés aux spécificités des petites entreprises du numérique et de la création. Seules ces structures semblent en capacité d'absorber le risque et de gérer l'incertitude d'un rapprochement entre des contenus, des données utilisateurs parfois complexes, et un système de rémunération particulier.

[206] http://annales.org/enjeux-numeriques/2020/en-2020-06/2020-06-5.pdf Consulté le 14/10/2021
[207] Ibid.
[208] Ithurbide C., Rivron V., (2018), « Industries culturelles et plateformes numériques dans les Suds : des reconfigurations sociales et spatiales en question », Les Cahiers d'Outre-Mer, 277
[209] Ibid.

Tableau 10 : Caractéristiques des modèles d'affaires des entreprises étudiées

Le tableau ci-dessous récapitule les modèles d'affaires de plusieurs petites entreprises étudiées agissant dans la collecte, le traitement, ou l'analyse de données massives :

TYPE	Année création	Activité	Provenance des contenus	Modèle d'affaires/ Provenance du chiffre d'affaires
Plateforme	2009	Streaming musical	Acquisition des catalogues des principales major ou indépendantes	Par abonnement tout en rémunérant les ayants droits
Plateforme	2012	Partage de vidéos de concerts	Les fans filment eux même les concerts et les vidéos sont rassemblées en un seul et même montage, puis de pouvoir les visionner	Partenariats de marques ponctuels ou des collaborations à plus long terme avec les producteurs des spectacles
Plateforme/ réseau social	2013	Animation de communautés de fans à destination des artistes, et particulièrement des chanteurs, musiciens et groupes de musique	Au sein de réseau social, l'artiste (ou son « community manager ») peut publier des contenus exclusifs à destination de ses fans.	Par abonnement
Diffusion de vidéos sur les réseaux sociaux, via des chaînes	2016	Création et la diffusion de contenu sur les réseaux sociaux	Création de vidéos à succès, des « buzz », ens' inspirant de sujets forts du moment ou en reprenant des vidéos à forts potentiels,pour créer du contenu vidéographique original.	Vente d'espaces publicitaires à des annonceurs via la monétisation des vidéos
Portail internet	2006	Distribution payante via le web, de la presse écrite	Mise à disposition des contenus et titres de presse	Achat et lecture au format numérique d'un ensemble de titres

		(Quotidiens et magazines)	directement par les éditeurs	de la presse papier sur internet et sur les technologies embarquées
Plateforme	2014	Traitement automatique de photographies et mise en relation entre photographes et usagers	Prise des photos par les photographes, traitement automatisé des photos via un algorithme	Commission de 25% sur le règlement du client
Plateforme	2016	Plateforme de cinéma à la demande	Films sélectionnés par des usagers mais non distribués dans les réseaux « classiques » de la filière	Par abonnement
Plateforme/ Site internet « collaboratif »	2008	Service de découverte et de classement de biens culturels	Collecte des données utilisateurs concernant les goûts, pratiques de consommation culturelles via système de notations et de commentaires des œuvres	Commission sur la vente de produits par le biais du site (système d'affiliation) et la publicité
Portail internet	2010	Conception et diffusion d'informations de loisirs et d'activités pour enfants	Prestataires font la promotion de leur offre sur le site via des offres commerciales pour des activités	Commissions sur les ventes réalisées sur le site et publicités et opérations spéciales

Les données apparaissant dans ce tableau permettent de souligner le rôle structurant des activités de collecte, traitement, et analyse des données massives dans la trajectoire des entreprises du numérique et de la création. Les activités liées aux données commencent dès 2006 à pénétrer les secteurs du numérique et de la création et concernent des entreprises de multiples filières. De plus, au-delà de la commercialisation des activités/ solutions/ prestations liées aux données, ces entreprises sont considérées par les pouvoirs publics comme « innovantes » et bénéficient, de fait, du crédit d'impôt recherche/ innovation.

Des stratégies liées à l'implantation géographique de l'activité ?

J'ai présenté, dans les paragraphes précédents, les différentes stratégies mises en place par les fondateurs, à la fois pour survivre dans des filières très concurrentielles, mais également pour obtenir les différents financements publics disponibles, et rassurer les investisseurs privés dans le cadre d'une levée de fonds. Outre les enjeux liés à la R&D, à la composition des effectifs et à l'articulation entre données massives et activités culturelles, il s'agit également de s'intéresser aux stratégies liées à l'implantation des sièges sociaux et établissements en vue d'obtenir des financements et de recruter des ressources humaines spécifiques. Sur 60 petites entreprises étudiées, 43 ont implanté leur siège social en Ile-de-France et 9 en région Bretagne et Normandie, les autres dans différentes villes françaises (Nord, Est, Sud). De fait, dans cette partie nous allons intéresser essentiellement à ces deux territoires.
Les stratégies liées à l'implantation stratégique des activités du numérique et de la création ont été étudiées dans des filières et régions différentes, notamment en sciences de gestion. Gadille et Nkoudou (2008), soulignent notamment qu'en région PACA :

> « *La création d'entreprise s'inscrit alors en même temps dans des évolutions mondiales de paradigmes technologiques et dans des systèmes territoriaux où sont localisés les ressources matérielles, financières et les savoirs que ces nouvelles entreprises vont recombiner et faire évoluer pour obtenir des positions sur de nouveaux marché* [210]»

Les questions liées à l'articulation entre activités culturelles et développement technologiques doivent prendre en compte les problématiques et enjeux liés à l'implantation géographiques de l'activité. Pour Bouquillion (2010), les actions publiques en faveur des industries créatives :

> *« Sont supposées articuler la culture, la participation des habitants à la gouvernance du territoire et la promotion d'activités économiques, qui reposent sur l'intelligence humaine, qui sont respectueuses de l'environnement et qui échapperaient aux menaces de délocalisation. La culture, le travail, le capital et la démocratie ne sont ainsi pas présentés sous l'angle de leurs contradictions et des conflits mais sous celui du renforcement du lien social fondé sur la communication sociale et le développement durable.* [211]»

Ainsi, des acteurs institutionnels régionaux, tels que la Région Bretagne, s'emparent de ces enjeux pour proposer une offre diversifiée de soutien aux petites entreprises implantées sur leur territoire. Nous reviendrons sur la hiérarchisation des acteurs publics dans l'accompagnement des petites entreprises des industries culturelles et de la communication dans la seconde partie du manuscrit.
La CCI Côte d'Azur définit, sur son site, les points clés de la « *stratégie d'implantation* » des petites entreprises :

> *« Une stratégie d'implantation est l'ensemble des moyens mis en œuvre pour étudier l'endroit optimal pour ouvrir un magasin, louer ou acheter des bureaux pour développer son activité, bénéficier d'un entrepôt ou d'un terrain…*

---

[210] Gadille, M., & Nkoudou, A. (2008), « Jeunes entreprises innovantes et rôle stratégique des ressources du territoire : le cas de la microélectronique et du logiciel en région PACA ». In XVIIE -ème Conférence Internationale de Management Stratégique (p. 24).

[211] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

Enjeu essentiel dans la vie d'une entreprise, le choix de l'implantation dépend de plusieurs facteurs (...). Pour choisir où implanter son entreprise, les dirigeants s'appuient sur plusieurs critères tels que :

1. *La proximité avec les fournisseurs, les clients, les salariés ;*
2. *Le prix de location ou d'achat des bureaux ;*
3. *Les avantages fiscaux existants dans certaines zones d'activité ;*
4. *Les concurrents présents dans la zone de chalandise ;* [212]»

Ces facteurs d'implantation sont liés à la vie même de l'entreprise, de ses relations avec les différents partenaires déjà implantés, ainsi que les avantages fiscaux et économiques disponibles. A des fins d'attractivité, les chambres de commerce valorisent leurs territoires et semblent posséder une relative autonomie dans la gestion des budgets alloués à l'attractivité d'entreprises, y compris du numérique et de la création. Les résultats de mon étude démontrent que la quasi-totalité des choix d'implantations sont liées à l'origine des fondateurs. Ces derniers, au-delà de stratégies réelles liées aux différents avantages proposés par le marketing territorial, s'implantent dans leur ville de naissance ou dans la ville/ région dans laquelle ils ont obtenu leurs diplômes.
Sur 69 fondateurs ayant obtenu leur dernier diplôme à Paris ou en Ile-de-France, seuls 4 n'ont pas implanté leur jeune entreprise sur ce territoire. Soit 94% de fondateurs diplômés à Paris ou en Ile-de-France qui créent leur entreprise à Paris ou en Ile-de-France.
Sur 47 fondateurs ayant obtenu leur diplôme en province ou à l'étranger, 16 seulement ont créé leur entreprise en province, soit 34%.
66% d'entre eux ont créé leur jeune entreprise à Paris, après avoir obtenu un diplôme en province ou à l'étranger.
9 fondateurs ont obtenu un diplôme en Bretagne/ Normandie et seulement 2 d'entre eux ont créé leur entreprise à Paris ou en Ile-de-France. 77% des fondateurs bretons et normands ont donc implanté leur jeune entreprise sur leur région d'origine.
Les résultats de mon étude questionnent le rôle réel des « *tiers lieux de l'innovation* [213]» tels que les technopôles (*Un technopôle réunit, sur un site le plus souvent périurbain ou suburbain, des activités qui ont en commun de recourir à des technologies innovantes sur des thématiques communes* [214]), les SATT (*Sociétés d'Accélération du Transfert de Technologies* [215]), ou encore les villes et territoires dits « *créatifs ou innovants* » face au lieu de naissance ou de vie des fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création.
Dans le cas de mon étude, ces lieux, ces acteurs et tous les dispositifs qu'ils mettent en place, ne semblent pas en mesure d'attirer des fondateurs et co-fondateurs d'autres régions françaises. Cependant, mon terrain ne permet pas de tester cette hypothèse pour les fondateurs étrangers qui sont la cible principale de ces « *tiers lieux* ». Les résultats de cette étude montrent que les porteurs de projets numériques et créatifs installent leur siège social et rencontrent leur co-fondateur dans les villes/ régions où ils ont obtenu leur dernier diplôme, ne tenant ainsi pas nécessairement compte des avantages offerts par certaines zones d'activités ou « *écosystèmes d'innovation* ».

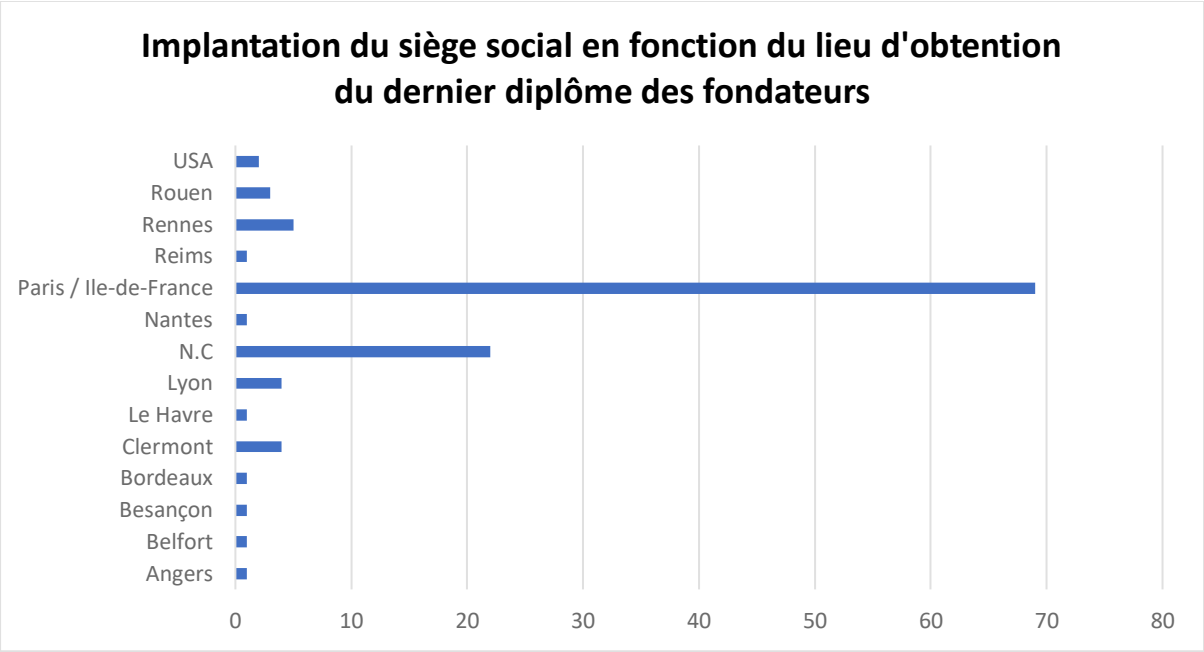
---

[212] https://www.cote-azur.cci.fr/trouver-emplacement-ideal-pour-implantation-entreprise/ Consulté le 20/10/2021
[213] (2020). Tiers-lieux d'innovation. *Innovations*, 61, 205 208. https://doi.org/10.3917/inno.061.0205
[214]http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/technopole#:~:text=Technop%C3%B4le%20(nom%20masculin),de%20la%20mati%C3%A8re%20par%20exemple). Consulté le 20/10/2021
[215] https://www.satt.fr/societe-acceleration-transfert-technologies/ Consulté le 20/10/2021

Plusieurs hypothèses peuvent être formulées pour justifier la tendance selon laquelle les fondateurs et co-fondateurs de petites entreprises privilégient la proximité de leur domicile pour implanter leurs entreprises :

- Afin de limiter les coûts et les déplacements liés à une implantation lointaine,
- Dans le cas francilien, pour profiter du « dynamisme économique » et du rayonnement international de la région parisienne,
- Accéder à une main d'œuvre qualifiée dans des secteurs d'activité mobilisant des compétences parfois très spécifiques, notamment au niveau des projets de R&D.

Graphique 3 : Implantation du siège social de la petite entreprise en fonction du lieu d'obtention du dernier diplôme du fondateur de la société



Michel Grosetti (2008), confirme, dans une étude portant sur les stratégies de localisation des petites entreprises, au sujet des choix de localisation des fondateurs :

> *« Ils ne sont qu'exceptionnellement gérés de façon stratégique et se font le plus souvent par défaut, ce qui questionne beaucoup de travaux entièrement fondés sur des hypothèses relatives aux stratégies de localisation* [216]*»*

[216] Grossetti, M. (2008), «Logiques sociales et spatiales de la création d'entreprises innovantes. » Géographie, économie, société, 10, 5-7. https://doi.org/10.3166/ges.10.5-7

CONCLUSION PARTIE 1 : Les caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création et les stratégies des fondateurs afin d'obtenir les financements disponibles

Dans cette première partie, j'ai présenté la difficile articulation entre les activités des 60 petites entreprises étudiées, et les catégories et filières existantes. Entre industries culturelles, communicationnelles, créatives, entreprises innovantes, etc, il semble inopérant de tenter de catégoriser les structures étudiées dont l'activité commerciale et déclarée auprès des autorités compétentes (code NAF/ APE[217]) ne correspond pas nécessairement avec les projets de R&D menés en interne, et qui concentrent une grande partie des investissements. L'originalité de cette première partie de recherche doctorale repose sur plusieurs points :

- Le fait que l'on s'intéresse ici au cas d'entreprises françaises de petite voire très petite taille agissant dans les secteurs du numérique et de la création,
- Le fait que le panel soit constitué de 60 entreprises, agissant dans les secteurs du numérique et de la création et ayant connues des trajectoires diverses,
- L'importance de la période couverte par l'analyse des données fiscales et comptables qui concernent seize années, de 2004 à 2020,
- L'identification de sept trajectoires originales, constituées par l'étude du parcours et des stratégies des fondateurs, ainsi que par le traitement des modalités de financement des activités.

Parmi les caractéristiques communes aux petites entreprises du numérique et de la création étudiées, le risque et l'incertitude apparaissent comme très structurant. Les dispositifs fiscaux de financement de l'innovation, de la création, et de la R&D apparaissent comme les solutions de financement les plus adaptées. Les acteurs des secteurs bancaires et de l'investissement appréhendent les activités des petites entreprises du numérique et de la création comme des activités risquées et peu rentables, hormis dans le cas de quelques entreprises considérées comme très rentables. D'autres éléments que le risque et l'incertitude apparaissent comme structurant dans la trajectoire des petites entreprises étudiées. Ainsi, le niveau de diplômes, l'école ou l'université côtoyée, les expériences entrepreneuriales précédentes, les synergies et le capital de départ des fondateurs/ co-fondateurs sont des éléments très structurant de la trajectoire des entreprises. Ces éléments socio-économiques ont permis de tester la sous hypothèse concernant l'existence de facteurs socio-économiques qui pèseraient sur l'obtention des fonds publics en faveur des entreprises du numérique et de la création. De plus, des pistes de réflexion ont été apportées autour de la place des femmes créatrices d'entreprises dans les secteurs du numérique et de la création, dans leur accès aux financements disponibles, et autour de la question de l'employabilité. L'originalité de cette recherche repose dans la richesse des données fiscales et comptables collectées et dont le traitement a permis de faire émerger sept trajectoires. Plus de 40% des structures étudiées parviennent à s'inscrire dans la durée malgré une incapacité ou l'absence de volonté d'avoir recours au financement par la levée de fonds. Les pouvoirs publics, via le CIR et le CII, permettent à ces petites entreprises de s'auto-financer, en marge des logiques de financiarisation à l'œuvre dans les filières qui nous intéressent ici. Cependant, les résultats de mon étude montrent que les dispositifs fiscaux de financement ne permettent pas systématiquement de créer de l'emploi et de la croissance économique, et encore moins des « licornes » mais davantage à maintenir des emplois et une forme d'indépendance de certains acteurs des ICC.

[217] https://www.economie.gouv.fr/entreprises/activite-entreprise-code-ape-code-naf#:~:text=%2C61%2C77)-,Activit%C3%A9%20de%20votre%20entreprise%20%3A%20code%20APE%2C%20code%20NAF%2C%20qu,%2Dce%20que%20c'est%20%3F&text=Le%20code%20APE%20(activit%C3%A9%20principale,l'Insee%20nomm%C3%A9%20code%20APE. Consulté le 17/05/2021

Dans la seconde partie de cette recherche doctorale, sera abordé le rôle des politiques publiques, le recours à ces notions est également, loin d'être anodin. Il traduit des stratégies de financement des filières et une certaine vision des caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création, mais également une vision des spécificités ou des non-spécificités des filières des industries de la culture et de la communication. Dans le cadre de cette recherche, j'ai choisi de qualifier les structures étudiées de « petites entreprises du numérique et de la création ».
Ces différents points seront abordés dans le chapitre suivant.

PARTIE II° : Les politiques publiques en faveur du financement des petites entreprises : des enjeux stratégiques liés à l'accompagnement de la « créativité », de « l'innovation » dans les industries culturelles.

Cette recherche doctorale s'articule autour de trois grandes dimensions : les caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création, les enjeux des politiques publiques en faveur du financement de l'innovation et de la créativité, et enfin l'évolution des modèles socio-économiques à l'œuvre dans les industries de la culture et de la communication. Après avoir évoqué les caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création dans la première partie, il s'agit maintenant d'évoquer les enjeux des dispositifs de financement publics de l'innovation, de la R&D et de la créativité. La question de la trajectoire des entreprises et de l'évolution des filières des secteurs du numérique et de la création ne peuvent être décorrélées de celles des politiques publiques. Comme le souligne Bouquillion (2013),

> *« Considérer les Tic comme des industries permet aussi de comprendre que ces activités et leurs acteurs ont très souvent besoin d'obtenir des aménagements des politiques publiques afin de se développer*[218] *»*

L'articulation de ces deux dimensions permet de soulever des enjeux industriels, politiques et socio-économiques, et ce notamment autour des questions de création d'emplois et de compétitivité nationale. Des travaux existent notamment sur l'évolution des politiques publiques face à l'émergence du web collaboratif (« *Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles »* de P. Bouquillion). Moeglin (2017), s'est lui intéressé aux « *conflits entre de puissants intérêts socioéconomiques* » à l'œuvre dès lors qu'il est question du soutien public aux acteurs des industries créatives. De mon côté, j'ai étudié l'articulation entre les politiques publiques et les petites entreprises du numérique et de la création, au travers des différents dispositifs de soutien qui existent en France. Pour mener à bien cette recherche et ne pas être de nouveau confronté aux difficultés de définition du secteur d'activité et de la filière, j'ai répertorié l'origine et les montants des fonds obtenus par les 60 petites entreprises du panel. Dans le cadre théorique de cette recherche j'ai souligné l'importance de l'année 1983 notamment dans l'articulation nouvelle entre l'innovation, la créativité et les financements publics. Outre la création de l'IFCIC, c'est en 1983 qu'est mis en place le crédit impôt recherche. Ce dispositif fiscal participe du financement des entreprises réalisant des dépenses de R&D et/ ou d'innovation dans tous les secteurs d'activité. Le CIR a été reconduit par tous les gouvernements successifs depuis 1983, et a été stabilisé, - sacralisé - par la loi de finances de 2004. Le CIR est le dispositif de soutien à l'innovation majeur en France. Son poids économique n'a cessé d'augmenter depuis 2013, passant de 3 milliards d'euros à 6, 5 milliards en 2020 (CF annexe 20 : Tableau des dépenses fiscales rattachées à la mission « Recherche et enseignement supérieur »). Selon Debauge, le CIR est à considérer « *comme le dispositif d'incitation à la R&D le plus favorable en Europe, voire au monde* [219]».
D'une mesure d'incitation fiscale, le financement des entreprises pas le crédit d'impôt recherche est devenu un « v*éritable levier stratégique de développement de nos entreprises et de nos territoires* [220]» et suscite nombre d'interrogations et de critiques quant à son efficacité réelle sur les objectifs évoqués de création d'emplois et du rapprochement entre secteurs privés

[218] Les Enjeux de l'information et de la communication | http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux | 2013
[219] Debauge, F. (2011), « Guide pratique du crédit d'impôt recherche. » Editions Eyrolles.
[220] Ibid.

et académiques. Dans cette recherche doctorale, je me suis particulièrement intéressé au rôle du CIR dans la structuration et la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. J'ai ainsi pu interroger le rôle des politiques publiques et les stratégies à l'œuvre dans le financement des filières du numérique et de la création. D'autres recherches se sont intéressées aux politiques publiques en lien avec le financement des filières des industries culturelles, créatives et communicationnelles. Farchy et Sagot-Duvauroux (1994) ont notamment questionné les arguments de politique économique :

> « *Les arguments d'économie néo-classique, qui renvoient à la notion d'insolvabilité d'une partie de la demande, due au caractère collectif des biens culturels, aux fortes externalités générées ou aux rendements intergénérationnels ; les arguments tenant à l'incertitude dans la valorisation des biens ; et les arguments de politique économique, selon lesquels la culture peut être porteuse de dynamisme économique*. [221]»

La pénétration des enjeux liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein des filières des ICC a participé de l'évolution des politiques publiques. Cependant, ce qui se joue du côté des politiques publiques concerne davantage les relations inégales entre les acteurs des filières des industries culturelles et celle de la communication, et les rapports de force. Le CIR, en tant que dispositif phare du soutien public à la R&D et à l'innovation, n'a cependant que très peu été pris en compte dans la recherche académique, et ce malgré son rôle structurant dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création, incluant les filières des ICC. Seuls quelques auteurs, comme Tremblay et Vivant (2010), ont évoqué le financement du tournage de cinéma par le crédit d'impôt international :

> *« Face à la concurrence par les prix de certains pays étrangers, notamment dans l'Est de l'Europe, et à la suite d'autres pays, l'Etat a mis en place une politique fiscale incitative à destination des producteurs étrangers pour venir tourner en France : le crédit d'impôt international. Pour bénéficier d'un crédit d'impôt de 20% sur le montant des dépenses et des salaires, un producteur étranger doit s'engager à dépenser au moins un million d'euros (avec un plafond de 4 millions d'euros) et réaliser au moins cinq jours de tournage en France.*[222] »

Peu de recherches se sont emparées du sujet.
Dans une analyse « *systématique des développements de la technologie du livre numérique, des enjeux économiques et des stratégies associés* » menée en 2015, Benghozi et Salvador évoquent le rôle de la R&D dans les industries culturelles et créatives mais ne convoquent à aucun moment l'existence du CIR. Il est tout de même question des politiques publiques en faveur du soutien aux industries culturelles et créatives :

> *« Les politiques publiques dans ce domaine soutiennent plutôt la localisation d'industries dans un cadre de compétition internationale pour favoriser la revalorisation ou développement de territoires locaux afin de créer une « clustérisation » des acteurs concernés. Si en France la politique d'aides au secteur des jeux vidéo s'inscrit dans l'ensemble plus vaste de soutien accordé au multimédia, au niveau*

[221] Paris T. (2010), « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ? », *tic&société* [En ligne], Vol. 4, n° 2 | 2010, mis en ligne le 27 mai 2019, consulté le 10 juin 2021. URL : http://journals.openedition.org/ticetsociete/871 ; DOI : https://doi.org/10.4000/ticetsociete.871
[222] Vivant, E., & Tremblay, D. G. (2010), « L'économie créative » Revue des travaux francophones, 10(12), 1-71.

européen on a vu paraître enfin un Agenda européen de la culture en 2007, qu'a pris en compte le secteur des jeux vidéo désormais qualifié comme « culturel et créatif », suivi par la « Stratégie Europe 2020 ». Les auteurs soulignent à cet égard que « la politique de soutien communautaire en faveur du jeu vidéo a été longue à venir, qu'elle demeure marginale et peu structurante de filières de création et de production européennes [223]»

De son côté, Verdugo (2017), évoque l'élargissement des critères d'éligibilité du CIR qui permet aux entreprises du secteur de la filière du jeux vidéo de bénéficier des avantages du dispositif :

« le gouvernement a inclus les jeux vidéo et les animations dans le système d'impôts qui avait été créé en 2007 pour stimuler les investissements dans l'industrie du film, tout en annonçant de nouveaux investissements dans le secteur des médias et télécommunications (notamment en matière d'Internet et de connectivité). [224]»

D'un côté, le CIR permet, « *d'améliorer l'innovation et la compétitivité des entreprises. Grâce à ce crédit d'impôt, les entreprises peuvent engager des dépenses de recherche et développement et être en partie remboursées sur ces dépenses.*[225] », et d'un autre côté, avec l'apparition du crédit impôt jeux vidéo (CIJV), les entreprises de création peuvent « d*éduire de leur impôt une part des dépenses de production d'un jeu* [226]». Les entreprises de la filière du jeu vidéo peuvent ainsi bénéficier de fonds publics à la fois pour la phase dite « créative » du jeu, via le CIJV, et pour la phase recherche et développement technologique, avec le CIR.
Les entreprises de mon panel ayant bénéficié des dispositifs d'aide à la création sont considérées par des acteurs institutionnels tels que la banque publique d'investissement comme des « entreprises créatives ». Ces trois dispositifs fiscaux sont les seuls qui s'adressent uniquement aux industries culturelles et créatives et qui sont liées à des dépenses de métiers de création (stylistes, designer, etc.). Cependant, ces dispositifs sont très peu connus par les cabinets de conseil spécialisés dans le financement. Du côté des aides émanant de la banque publique d'investissement, les entreprises appartiennent aux secteurs des industries créatives dès lors qu'elles appartiennent au label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), qu'elles bénéficient des « *crédits d'impôt et taxes liées aux Industries Culturelles et Créatives »,* ou qu'elles sont affiliées à certains code NAF.[227]
Ainsi, l'éligibilité aux trois dispositifs de crédits d'impôts (collection, métiers d'art, jeux vidéo) confèrent, aux yeux des pouvoirs publics, une appartenance aux filières des industries culturelles et créatives. Ces dispositifs fiscaux de soutien, bien que moins avantageux et connus que les dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D, permettent aux entreprises des filières des ICC de bénéficier d'une aide à l'investissement dans des dépenses de création. L'hypothèse d'une concentration des financements en faveur des entreprises agissant dans la R&D et l'innovation, au détriment des secteurs « créatifs » est donc à relativiser. Cependant, comme cela a été évoqué dans la seconde partie de cette recherche, les montants alloués aux différents

[223] Benghozi, P. J., Salvador, E. (2015), « La R&D dans les industries culturelles et créatives »
[224] Verdugo, F. (2017), « Industries créatives, diversité et politiques culturelles. » Revue Interventions économiques. Papers in Political Economy, (57).
[225] https://www.economie.gouv.fr/entreprises/credit-impot-recherche#:~:text=Le%20cr%C3%A9dit%20d'imp%C3%B4t%20recherche,partie%20rembours%C3%A9es%20sur%20ces%20d%C3%A9penses. Consulté le 19/95/2022
[226] https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/credit-dimpot-jeu-video_121078#:~:text=En%20vigueur%20depuis%202008%2C%20le,de%20production%20d'un%20jeu.Consulté le 19/05/2022
[227] https://les-aides.fr/aide/RSCf3w/bpifrance/pret-aux-industries-creatives.html consulté le 23/05/2022

dispositifs de soutien à la créativité sont sans commune mesure en faveur des secteurs agissant dans les nouvelles technologies, et notamment au crédit d'impôt recherche. Le crédit d'impôt en faveur des métiers d'art participe au financement des :

> *« Salaires et charges sociales des salariés directement affectés à la création d'ouvrages réalisés en un seul exemplaire ou en petite série. Il s'agit d'ouvrages nécessitant la réalisation de plans, de maquettes, de prototypes, de tests ou de mise au point manuelle particulière. Ils ne doivent pas figurer à l'identique dans les réalisations précédentes de l'entreprise.*[228] *»*

Dans les secteurs des métiers d'art, la création est associée au caractère unique ou quasi unique de l'ouvrage. Du côté du crédit d'impôt jeux vidéo, le CNC et les services des impôts en charge du dispositif, considèrent que la création doit intervenir à la fois du côté artistique et du développement technologique du jeu vidéo :

> *« Pour ouvrir droit au bénéfice du crédit d'impôt, le jeu vidéo doit contribuer au développement de la création française et européenne en matière de jeu vidéo ainsi qu'à sa diversité en se distinguant notamment par la qualité, l'originalité ou le caractère innovant du concept et le niveau des dépenses artistiques.*[229] *»*

Du côté du crédit d'impôt collection, les entreprises doivent relevant du secteur « textile-habillement-cuir », la création concerne le développement de nouvelles matières ou matériaux et à la « *réalisation de prototypes ou d'échantillons non vendus* »:

> *« La création de nouvelles fibres, matières ou matériaux composites peut conduire les entreprises du secteur textile à réaliser des opérations de recherche ayant pour but de produire industriellement des fils, des tissus et des produits finis à partir de ces nouvelles fibres, matières ou matériaux composite* [230]*»*

Tant du côté du jeu vidéo, que des métiers d'art, ou des secteurs du textile et de l'habillement, les crédits d'impôts sont fondés sur une définition polysémique de la création. Ils permettent aux entreprises de ces filières de bénéficier de financements publics et sont très peu discriminants. En effet, ces dispositifs fiscaux de soutien à la création ne tiennent pas compte d'autres indicateurs financiers et économiques que les dépenses de personnel dit de « création », contrairement à d'autres dispositifs tels que ceux émanant de la banque publique d'investissement. Le fonds « *Tech & Touch, dédié aux startups des ICC* » finance notamment des entreprises en pleine croissance correspondant aux catégories d'activités suivantes :

- *« Game changers : jeunes entreprises innovantes et créatives qui inventent les ICC de demain*
- *Challengers : entreprises matures à fort potentiel de croissance*

[228] https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31461 consulté le 24/05/2022
[229] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/5442-PGP.html/identifiant%3DBOI-IS-RICI-10-50-20170906 consulté le 24/05/2022
[230] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/4676-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-40-20190213 consulté le 24/05/2022

- *Leaders : champions sur leur marché avec des enjeux de développement international ou de transmission*[231] »

Or, peu de structures étudiées dans cette recherche doctorale ne correspondent aux critères d'éligibilité du fonds Tech & Touch. Un des critères principaux du dispositif repose sur les fonds propres de l'entreprise et le montant du prêt alloué est adossé à ces capitaux propres :

> *« D'un montant maximum égal à celui des fonds propres ou quasi fonds propres de l'entreprise* [232]*».*

Comme cela a été évoqué dans la description des résultats de ma recherche, les entreprises de la trajectoire 1 notamment, n'ont pas la capacité financière nécessaire à l'obtention de cette aide. De fait, si la définition de la création retenue par les acteurs publics est volontairement large, floue et plastique, les critères d'éligibilité aux différents dispositifs de soutien (hormis les crédits d'impôts collection, jeux vidéo, et métiers d'art) favorisent les entreprises qui connaissent une croissance significative avec des opportunités de développement international. Comme cela a été précédemment été évoqué par plusieurs des auteurs cités dans cette thèse, la création semble jouer un rôle majeur au sein des politiques publiques, et également dans la valorisation des entreprises éligibles. Ainsi, des acteurs « semi-publics », tels que la BPI, le FEI (Fonds Européen d'Investissement), participent au financement des industries créatives sous la forme d'un prêt remboursable en 7 ans, dont le montant est :

> *« compris entre 50 000 et 400 000 euros par entreprise et sera attribué en cofinancement avec une banque, un apport en fonds propres ou du crowdfunding*[233] *».*

Cependant, peu d'entreprises ont bénéficié de ce dispositif, et peu de fonds d'investissement semblent s'intéresser aux activités de création, comme en témoignent les différents entretiens réalisés tout au long de cette recherche. Considérées comme trop risquées et avec un faible rendement, les acteurs de la sphère financière délaissent les activités de création, au profit des activités technologiques, considérées comme plus rentables et moins risquées. L'existence des dispositifs de crédits d'impôt n'est donc pas anodine et la mission de soutien des pouvoirs publics permet de combler le manque d'intérêt des acteurs bancaires et financiers à l'égard des filières des industries culturelles, communicationnelles, voire créatives.
La crise sanitaire du COVID 19 a remis sur le devant de la scène politique et médiatique la question de l'accompagnement des filières de création par les pouvoirs publics.
Cependant, le sujet du soutien aux filières des industries culturelles et créatives par les institutions ne date pas de 2020. Les discours liés à la créativité s'ancrent dans des « propositions idéologiques antérieures, par exemple la « *société de l'information », la « société de la connaissance » et, plus encore, l' « économie immatérielle » – toutes clairement liées aux technologies d'information et de communication (Tic)*[234] ».

---

[231] https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/investissement/investissement-expertise/industries-culturelles-et-creatives consulté le 24/05/2022
[232] https://www.bpifrance.fr/nos-actualites/pret-aux-industries-creatives-une-opportunite-majeure-pour-les-pme-francaises consulté le 24/05/2022
[233] https://bpifrance-creation.fr/entrepreneur/actualites/bpifrance-fonds-europeen-dinvestissement-fei-mettent-marche-premier-pret-aux-industries-creatives consulté le 24/05/2022
[234] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société, Vol. 4, n° 2

La mise en place des crédits d'impôts en faveur de la création (crédits d'impôts métiers d'art en 2013, crédit d'impôts collection en 1991, et jeux vidéo en 2007), et notamment dans le secteur du jeu vidéo, correspond à la volonté des pouvoirs publics de :

> *« Contribuer au développement de la création française et européenne en matière de jeux vidéo ainsi qu'à sa diversité en se distinguant notamment par la qualité, l'originalité ou le caractère innovant du concept et le niveau des dépenses artistiques* [235]*»*

Le financement de la R&D et de l'innovation par les mesures fiscales font régulièrement l'objet d'enquêtes et de rapports officiels (notamment celui de la CNEPI[236] de 2021 évoqué en première partie). Je ne suis cependant pas parvenu à trouver de tels rapports traitant des dispositifs de soutien à la création. Du côté du cinéma, certaines études du CNC montrent que les crédits d'impôts en faveur de la création cinématographique souffrent d'un manque d'attractivité par rapport à des dispositifs fiscaux similaires mis en place au Canada, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Irlande. C'est notamment la question des plafonnements des montants alloués aux projets qui cristallise la majeure partie des critiques. Dans un rapport du CNC de 2014, intitulé « *étude comparative des crédits d'impôts en Europe et au Canada cinéma, audiovisuel, jeux vidéo »,* il est souligné le fait que :

> *« Le crédit d'impôt français ne représente que 7,9 % en 2013 (8,8 % en 2012) du coût de production des films d'initiative française agréés. En Belgique, depuis la mise en œuvre du dispositif en 2013, le financement sous la forme « tax shelter » représente 18,9 % du budget des longs métrages concernés. Au Canada, sur la période 2012-2013, la production cinématographique a été financée à 27 % par les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, tandis que la production télévisuelle l'a été à hauteur de 28,0 %. En 2012, le dispositif allemand représente 12,2 % du coût des films concernés et le dispositif irlandais 11,4 % en 2010.* [237]*»*

Néanmoins, au regard des résultats apportés par cette recherche doctorale, il semble que les dispositifs de crédits d'impôts, tant ceux en faveur de la recherche et de l'innovation, que ceux en faveur de la création, jouent un rôle important dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Certains auteurs comme Plihon mettent en avant le manque de contrôle du dispositif et soutiennent la nécessité d'un encadrement plus strict du CIR au-delà de certains montants. Cette mesure de contrôle concernerait essentiellement les entreprises de taille importante mais pas nécessairement les petites entreprises pour lesquelles le dispositif est très structurant. Les résultats de mon enquête corroborent ceux de la CNEPI de 2021 qui mettent en évidence le fait que :

> *« l'essentiel des impacts positifs sont identifiés pour les petites et moyennes entreprises (micro et PME). En revanche, pour les relativement plus grandes entreprises (y compris*

---

[235] https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000029041983/2014-12-09/ consulté le 24/05/2022

[236] Commission Nationale d'Evaluation des Politiques d'Innovation

[237] https://www.cnc.fr/documents/36995/158230/%C3%A9tude+comparative+des+cr%C3%A9dits+d%E2%80%99imp%C3%B4ts+en+Europe+et+au+Canada.pdf/5a4cfa4c-e11a-a874-dcf7-9e1a8eab6932?t=1532441933914 consulté le 24/05/2022

les ETI), l'étude n'identifie pas d'effet positif significatif des créances du CIR dont elles ont bénéficié en matière de R & D, d'innovation et d'investissement [238] »

Je reviendrai sur la question du cumul des dispositifs d'aides publiques en fonction des projets menés, et sur les stratégies des fondateurs et des pouvoirs publics dans la prochaine partie de cette recherche doctorale.
Comme évoqué dans la première partie de cette thèse, le CIR est le dispositif le plus opérant et structurant dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Néanmoins, son importance n'est quasiment jamais soulignée dans les contributions d'auteurs traitant des modalités de financement des différentes filières du numérique et de la création. Du point de vue des modalités de financement public des activités, les chercheurs, y compris en SIC, ont tendance à davantage traiter des subventions, des aides publiques et des prêts émanant d'acteurs comme BPI France, l'IFCIC, ou le CNC. Du point de vue de l'articulation entre numérique, création, innovation et industries de la culture et de la communication, les recherches ont tendance à se concentrer sur les effets du développement des technologies de l'information et de la communication comme facteur de changements des politiques publiques. La dématérialisation induite par l'émergence de pratiques numériques modifierait, en tout premier lieu, les instruments de régulation mis en place par l'état et, en second lieu, le financement public perçu comme obsolète.

« *De même, les instruments réglementaires (quotas, redevances, droits aux frontières…) et les stratégies de financement de la création (aides publiques, fonds pour le cinéma et l'audiovisuel, régulation des prix, mécénat) ne semblent pas transposables à l'environnement numérique, dont une partie de l'activité est dématérialisée, délinéarisée et indépendante d'une approche territoriale liée à la souveraineté des états.* [239] »

Les caractéristiques attribuées aux acteurs du numérique et les changements à l'œuvre seraient tels, qu'ils nuiraient à la « *diversité culturelle* » et « *assécheraient les financements nationaux* » :

« *Ces caractéristiques de l'économie numérique risquent en effet d'être préjudiciables à la diversité culturelle car elles fragilisent les politiques publiques, assèchent les financements nationaux (autres qu'américains), confèrent un pouvoir démesuré aux grosses corporations du numérique à tendance monopolistique, et entraînent les utilisateurs soit vers le « nétayage » ou le travail à la tâche à la rémunération marginale, soit vers l'offre illégale en ligne tout en les criminalisant.*[240] »

Ces mouvements à l'œuvre seraient des conséquences directes l'émergence des acteurs du numérique semblent cependant concerner de grandes entreprises. Carré (2015), s'est intéressé aux firmes transnationales des industries de la communication, tels que YouTube, Amazon, Facebook et Apple, et souligne à leur sujet que :

« *La caractéristique essentielle de ces multinationales, le plus souvent d'origine nord-américaine, est de pratiquer l'optimisation fiscale, tout en s'exonérant d'une*

[238] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf consulté le 24/05/2022
[239] Ouvrage collectif de 2015, « Glossaire critique de la Diversité culturelle à l'ère du numérique »

[240] Ibid.

quelconque participation au financement de la création, ce qui fragilise d'autant les politiques culturelles publiques existantes.[241] »

Ainsi, tant du côté de la création que du renouvellement technologique, les acteurs du numérique occupent une place importante du débat public. Cependant, ce ne sont pas les acteurs de grande voire très grande taille qui sont concernées par mon étude mais ceux de petite taille. Ainsi, l'enjeu soulevé ici ne concerne pas le financement des filières par ces acteurs ou les potentielles pratiques d'optimisation fiscale soulignées par Carré, mais bien le financement public de ces acteurs de petite taille qui jouent un rôle central dans la création et le renouvellement technologique dans les filières des industries culturelles, communicationnelles et créatives. Les questions auxquelles je tenterai de répondre dans cette seconde partie sont les suivantes :
Les tendances évoquées dans ce propos introductif sont-elles opérantes dans le cas des petites structures du numérique ? Les dispositifs de financement public soutiennent-ils la diversité culturelle et la création d'emplois ?

[241] Ibid 169.

CHAPITRE 1 : Les petites entreprises du numérique et de la création et les dispositifs fiscaux de soutien à la R&D et à l'innovation : financement de la croissance, du progrès technologique et création d'emplois ?

Les petites entreprises françaises du numérique et de la création, en fonction de leurs stades de développement ou de leurs secteurs d'activité, sont éligibles à différents dispositifs de soutien. Tout au long de la constitution du terrain de recherche, j'ai pu répertorier des subventions et autres aides publiques dont sont à l'initiative des acteurs tels que l'Union Européenne, BPI France, le CNC, les ministères, ou les régions. Ces modes de financement, par leur montant et leur caractère ponctuel, n'apparaissent pas aussi structurant dans le développement des petites entreprises étudiées que les dispositifs fiscaux de financement de l'innovation et de la R&D. Ainsi, seules 16 petites entreprises sur les 60 étudiées ont bénéficié des aides à l'innovation de BPI France pour un montant moyen de 37 738€. Néanmoins, l'objectif de cette partie n'est pas de lister l'ensemble des dispositifs à destination des petites entreprises du numérique et de la création, mais davantage d'identifier les modalités de financement des industries culturelles (presse et information, livre, musique enregistrée, cinéma et audiovisuel, jeu vidéo) et de la communication (télécommunications, matériels électroniques grand public, web) en lien avec leur activité numérique et/ ou de création. Dans la première partie de cette thèse ont été évoquées les incertitudes auxquelles sont exposées les petites entreprises, ainsi que les difficultés qu'elles rencontrent pour se financer, notamment en début d'activité. Outre les aides à l'innovation de BPI France et les subventions d'autres guichets de financement publics, peu d'aides sont en mesure de soutenir les petites entreprises qui s'inscrivent dans une démarche de R&D et/ ou d'innovation. Le crédit d'impôt recherche apparaît donc comme le dispositif le plus à même de répondre aux spécificités du développement des petites entreprises du numérique, voire de la création dès lors que celles-ci engagent des dépenses de recherche en vue de renouveler des briques et des projets technologiques.

Contexte : le soutien public aux industries culturelles depuis l'insertion des technologies de l'information communication

Les chercheurs en SIC se sont largement emparés du thème du soutien de l'État aux secteurs culturels. Des éléments de réponses ont été apportés par une approche socio-économique par des auteurs comme Bouquillion, qui souligne que :

> *« Depuis les années 1980, de nombreuses transformations sont à l'œuvre au sein des industries de la culture et de la communication, en particulier sous la poussée des mouvements de libéralisation des échanges de biens, de services et des capitaux qui interviennent à l'échelle internationale. De puissantes stratégies industrielles et financières s'entrecroisent et conduisent au développement de la financiarisation, à l'accentuation de la concentration et à l'essor de ce qui est fréquemment nommée convergence et que, pour notre part, nous désignons sous l'expression de « rencontres » entre les industries de la culture et de la communication.* [242] »

Des études ont également été menées sur les conséquences de l'émergence des nouvelles technologies numériques sur les différentes filières des industries culturelles. Ce

[242] https://surlejournalisme.com/wp-content/uploads/2009/01/eco_journalisme-texte_bouquillion.pdf Consulté le 25/10/2021

renouvellement de la technologie a notamment eu pour conséquence un « *abaissement des coûts de production* », et de favoriser la production de contenus par des acteurs de petites tailles, situés à la frange des filières :

> *« D'un côté, l'abaissement des coûts de production, permis par les technologies numériques, conduit à une nette augmentation de la quantité de contenus produits dans la plupart des filières des industries culturelles. Ces contenus, pour l'essentiel, sont produits à bas coûts par les petits acteurs, ceux qui relèvent des franges des filières. Le Web collaboratif peut également contribuer à cette production, en particulier lorsque les créations sont le fait de préprofessionnels, c'est-à-dire d'individus, par exemple des étudiants dans des écoles de cinéma ou de jeunes diplômés, qui aspirent à devenir professionnels, mais qui ne le sont pas encore. Nombre d'acteurs des industries de la communication, par exemple des opérateurs de téléphonie mobile, cherchent ainsi à enrichir la gamme du choix de contenus qu'ils peuvent proposer à leurs consommateurs. Il est à noter que se poursuit là un phénomène structurel depuis longtemps identifié, celui de la surproduction de contenus. Il ne s'agit pas d'un archaïsme des industries de la culture qui serait destiné à disparaître, en particulier si les financements publics se réduisaient, mais bien d'une des caractéristiques de ces industries, confrontées au caractère aléatoire de la valorisation de leurs offres. (Miège, 2004 ; Mœglin, 2007)* [243] »

Dans ce mouvement d'émergence des « *technologies numériques* » s'est opéré un rapprochement entre économie et culture. En 1983, sous l'impulsion de Jack Lang est notamment créé l'IFCIC (Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles). Cet établissement de crédit s'est spécialisé dans le financement du secteur culturel et a été doté par l'État d'une mission d'intérêt général : faciliter l'accès au crédit bancaire des entreprises des secteurs culturels et créatifs. L'IFCIC est détenu à 49 % par l'État et le groupe Bpifrance et à 51% par un actionnariat privé rassemblant la quasi-totalité des banques établies en France.
Constituant un lien entre le monde bancaire et les entreprises culturelles et créatives, l'IFCIC offre :

- « *Aux entreprises culturelles, ses solutions de financement - garantie bancaire et prêt - et son expertise bancaire et financière ;*
- *Aux banques, sa garantie, ses capacités de cofinancement et son expertise du risque spécifique des entreprises culturelles.* » [244]

Depuis 2015, un partenariat a été signé entre l'IFCIC et Bpifrance permettant notamment à l'IFCIC d'engager par délégation, la garantie bancaire de Bpifrance. Depuis juillet 2017, l'IFCIC bénéficie du soutien du mécanisme de garantie en faveur des industries culturelles et créatives, géré par le FEIS (Fonds Européen pour les Investissements Stratégiques) avec l'appui financier de l'Union Européenne dans le cadre du programme Europe Créative et du Plan d'Investissement pour l'Europe. L'IFCIC est donc au cœur, depuis sa création en 1983, du rapprochement opéré par les pouvoirs publics entre les acteurs des industries culturelles et ceux de la sphère financière et bancaire autour des problématiques de financement rencontrées par les ICC. Ce mouvement est également à l'œuvre au niveau des instances européennes. Un rapport de 2006 rédigé par de l'Union européenne et portant sur l'économie de la culture en

[243] Ibid 168.
[244] http://www.ifcic.fr/ consulté le 15/11/2021

Europe insiste « *sur le potentiel de la culture et des industries créatives pour la croissance et l'emploi*[245] ».
Ce sont autour des enjeux de croissance, de compétitivité, et de création d'emplois que se cristallisent également les questions de soutien des pouvoirs publics à l'égard de l'innovation et de la créativité.

Le financement public de l'innovation et de la R&D au sein des petites entreprises du numérique

Nombre de chercheurs en économie et en gestion, et nombre de consultants et experts, comme Battini (2015), considèrent la France comme un *« un pays de découvreurs, d'inventeurs, d'innovateurs et d'entrepreneurs*[246] *»*. Cette dynamique innovante est associée à l'idée de dynamisme économique qui se traduirait par un grand nombre de créations d'emplois, une évolution significative de la balance commerciale, et d'un regain de la compétitivité et la renommée française. L'année 1983 est notamment marquée par la création de l'IFIC, c'est à cette même période qu'émerge, au Royaume-Uni, la notion d'industries créatives sous l'impulsion de Margaret Thatcher.

> *« Un rapport officiel Making a business of Information où les industries liées aux TIC et à la créativité sont présentées comme le secteur le plus porteur de croissance de tous ceux susceptibles de contribuer significativement au PNB britannique, y compris celui de l'ingénierie financière. Le rapport souligne, en outre, que les deux priorités de l'action publique doivent être, d'une part, de promouvoir la formation et l'efficacité des travailleurs créatifs et, d'autre part, de faire respecter les lois sur la propriété intellectuelle, maillon clef de la valorisation, mais moins sous la forme de droits d'auteurs et droits voisins que sous celle des brevets, marques et appellations d'origine* [247]*»*

Les politiques publiques se doivent, selon ce rapport, d'encourager le dépôt de brevets et soutenir « *les travailleurs créatifs* » par la promotion des TIC, directement associée à la créativité dans tous les secteurs de l'économie. Le crédit d'impôt recherche mis en place, également en 1983 correspond à des objectifs sensiblement similaires. La nuance repose sur le fait que ce n'est pas le travail dit créatif qui est la cible principale du dispositif, mais les entreprises qui investissent dans la recherche et développement et qui vont investir pour développer des emplois technologiques qualifiés. Créé par la loi de finance en décembre 1982, le CIR est entré en vigueur le 1er janvier 1983, et a conservé la même forme jusqu'à la loi de finance de 2008 où certaines conditions ont évolué sous l'impulsion de François Fillon qui a favorisé l'augmentation des créances associées au CIR qui « *sont passées de 1,8 Md€ en 2007 à 6,5 Md€ en 2018* [248]». Dans sa conception initiale, le dispositif d'incitation fiscale devait être provisoire et concernait essentiellement les « *investissements de matériels et d'outillages*[249] »

---

[245] http://www.observatoireomic.org/pdf/1110743245Bouquillion_LeyCorf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf consulté le 29/06/2021

[246] Battini, P. (2015), « La problématique de l'innovation en France. » Vie & sciences de l'entreprise, 200, 119-141. https://doi.org/10.3917/vse.200.0119

[247] Bouquillon P., Miège B., Moeglin P., (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°16/3B, 2015, p.17 à 26

[248] https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2021/09/20/evaluation-de-la-reforme-du-credit-impot-recherche-de-2008 consulté le 21/12/2021

[249] https://fr.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dit_d%27imp%C3%B4t_recherche#cite_note-17 consulté le 21/12/2021

servant à la réalisation des opérations de recherche et développement. Il a très vite évolué pour prendre en considération les investissements « *humains* » (appelés plus tard « *dépenses de personnel de recherche* »).

> *« En 1983, la France a introduit un crédit d'impôt assis sur l'augmentation des dépenses de R&D des entreprises avec un taux de 25% et un plafond faible (tableau 1). Le dispositif est devenu plus généreux dès 1985 avec un taux à 50% et un plafond relevé, puis entre 1988 et 1990 avec une part calculée presque en volume et un plafond doublé (tableau 1). La part en quasi-volume a été supprimée après 1990, induisant une réduction de la générosité du dispositif.* [250]*»*

Les rapports statistiques de l'INSEE et les études menées, notamment par Mairesse et Mulkay (2004), sur l'évaluation du CIR de sa création aux années 2000 ne s'intéressent pas aux activités concernées par le dispositif, mais davantage au nombre de bénéficiaires et à la typologie des structures. Il semble néanmoins que sur les quelques 7500 PME qui bénéficient du CIR entre 1983 et 1990, au moins 10% d'entre elles soient des entreprises manufacturières[251]. L'INSEE souligne des évolutions sectorielles avec l'augmentation du nombre de bénéficiaires :

> *« Pour les TPE, cette augmentation s'est accompagnée d'évolutions sectorielles : la part des aides destinées à l'industrie a baissé tandis que celle des activités scientifiques et techniques a progressé. Un petit nombre de TPE concentre une proportion importante des aides : en 2010, 10 % des TPE aidées reçoivent 45 % des aides.* [252]*»*

L'emploi consacré à la R&D aurait donc significativement augmenté au sein des TPE éligibles au dispositif entre 1983 et 2003, avant que l'INSEE (2014) ne notifie les premiers effets d'aubaine :

> *« Cependant, à partir de 2008, cet impact serait inférieur à l'augmentation des aides reçues : les aides auraient servi à créer de l'emploi pour la recherche mais aussi pour partie à financer des emplois existants.* [253] *»*

De mes lectures des différents rapports et articles portant sur l'évolution du CIR je retiens que le dispositif a augmenté la part d'emplois liés à la R&D au sein des petites entreprises, tous secteurs confondus. Les différentes réformes du dispositif, notamment de 2004 et 2008, ont conduit à une « *sanctuarisation* [254]» du crédit d'impôt recherche. Les petites entreprises ne sont pas les seules bénéficiaires du CIR qui répondent à plusieurs objectifs et notamment la volonté d'attirer des investisseurs étrangers. Plihon souligne que le Président français considère que ce dispositif fiscal est un instrument indispensable pour attirer des investisseurs étrangers en France :

> « Les *gouvernements successifs défendent cette aide parce que c'est un facteur d'attractivité du territoire. Ils pensent que les investisseurs internationaux viendront en France s'ils savent que les conditions fiscales sont favorables. On dit souvent que le*

---

[250] https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/Rapports/85/7/1._Synthese_CIR_Publication_334857.pdf consulté le 21/12/2021

[251] Mairesse, J., & Mulkay, B. (2004), « Une évaluation du crédit d'impôt recherche en France (1980-1997). » Revue d'économie Politique, 114(6), 747–778. http://www.jstor.org/stable/24701956

[252] https://www.insee.fr/fr/statistiques/1372798?sommaire=1372813&q=credit+imp%C3%B4t+recherche consulté le 21/12/2021

[253] Ibid.

[254] https://www.senat.fr/rap/l19-140-323/l19-140-32320.html consulté le 19/01/2021

niveau d'imposition en France est important mais on dit "attention, il y a des niches fiscales importantes". Donc les pouvoirs publics croient bien faire, mais ces aides n'ont pas un impact significatif et démontré sur la compétitivité par rapport à la concurrence étrangère. [255]»

Au-delà de la création d'emplois et de l'augmentation des dépenses de recherche, le CIR est perçu par les pouvoirs publics comme un dispositif capable de répondre aux enjeux des rapprochements stratégiques entre recherche publique et recherche privée. Cependant, plusieurs auteurs remettent en cause l'efficacité du CIR dans la volonté des pouvoirs publics à mener à bien cette mission. Un groupe de recherche (*projet Dépenses de recherche et emplois scientifiques en France*) s'est penché, en 2019, sur l'efficacité du dispositif depuis sa réforme de 2008. Les chercheurs se sont plus spécifiquement intéressés au nombre et à la typologie d'emplois créés par le CIR. L'analyse des données de l'emploi comparées aux données sur le CIR entre 2007 et 2012, a permis de mettre en évidence selon l'un des responsables du groupe de recherche :

« *À l'échelle de l'ensemble des entreprises françaises, si on prend le total de la créance du coût pour l'État et qu'on voit l'évolution de ce coût et qu'on compare ce coût aux emplois nouveaux créés en recherche et développement dans les entreprises françaises, on constate qu'il n'y a aucune corrélation. La création d'emplois ne semble pas corrélée à l'évolution de la créance.* [256]»

Le financement public de la R&D, de l'innovation et de la créativité au niveau des petites entreprises des industries culturelles et de la communication

Comme souligné précédemment, peu d'auteurs en SIC se sont intéressés au financement des entreprises françaises du numérique et de la création par le crédit impôt recherche, et encore moins au financement des petites entreprises. Pourtant les entreprises de mon terrain de recherche ont opté, avec l'appui de l'agence Ambroise Conseil, pour cette modalité de financement. Il faut se tourner vers les sciences économiques, et notamment un article de Mouline (2010) intitulé « *Les industries créatives à l'heure de la numérisation : une approche par les alliances en R&D dans les industries du multimédia* » pour mesurer l'importance des projets de R&D et du CIR dans certaines filières des industries créatives. Cependant l'auteur concentre son propos sur de grands groupes internationaux des industries communicationnelles agissant dans le multimédia et les nouvelles télécommunication (Google, HTC, T-Mobile) et mettant en place des stratégies d'alliance et de concentration. De leur côté, Benghozi et Salvador (2015), se sont intéressés aux enjeux de la R&D dans la filière du livre :

« La nature de la R&D technologique dans la filière du livre, les acteurs économiques qui la prennent en charge, leur place dans la chaîne de valeur et leur articulation avec les producteurs de contenu.[257] *»*

La R&D est perçue, par ces auteurs, comme un facteur de l'évolution du raisonnement sur la nouveauté technologique de la part des acteurs politiques qui sont conviés à :

[255] Ibid.
[256] Ibid 118.
[257] Benghozi, P. J., & Salvador, E. (2015), « La R&D dans les industries culturelles et créatives »

> *« Penser et concevoir leur action à partir d'un raisonnement industriel et plus seulement des seuls objectifs culturels et de diffusion* [258]*»*

Du côté des acteurs publics, ce sont les services de l'industrie du ministère de l'Économie plutôt que ceux du ministère de la Culture et de la Communication à qui l'État a confié la gestion de la R&D dans la filière du livre. Pour Benghozi et Salvador, cela traduit :

> *« Une belle illustration de cette évolution des stratégies des acteurs publics* [259] *»*

La pénétration de nouveaux enjeux de R&D dans les industries culturelles souligne, pour plusieurs auteurs, une forme d'inadaptabilité des structures publiques et l'inopérante des dispositifs face au renouvellement technologique, notamment à l'œuvre dans la filière de l'édition.

> *« Dans le livre, le coût de production des ouvrages (papier) est traditionnellement suffisamment faible pour se satisfaire de mécanismes d'autofinancement par les éditeurs. Quand des projets plus importants arrivent avec le numérique, la seule alternative à l'autofinancement est souvent le recours à des financements indifférenciés à vocation industrielle. Mais ces derniers sont par contre mal adaptés à la situation de risque et de faible capitaux propres qui caractérisent des industries culturelles telles que le livre* [260]*»*

Si, dans la catégorie de ce que Benghozi et Salvador entendent par « *financements indifférenciés à vocation industrielle* » sont référencés les dispositifs de crédit d'impôt recherche et innovation, les données de mon terrain de recherche ainsi que les différents entretiens menés dans le cadre de cette thèse ne corroborent pas la thèse des auteurs qui soulignent l'inefficacité et l'inadaptabilité de ces dispositifs. Et cela, même dans le cas de la filière de l'édition où plusieurs petites entreprises du panel financent leurs investissements en partie par le CIR et le CII. Du côté de la recherche, le financement des activités des industries culturelles via le CIR n'est donc pas reconnu comme très opérant. Néanmoins, les résultats de cette recherche démontrent le contraire. Pour certains acteurs des industries culturelles traversées par des évolutions technologiques structurantes, notamment ceux agissant dans les filières de la presse, de la musique enregistrée, de l'édition, des jeux vidéo, des films et des séries, la volonté de mener des projets de R&D n'est pas seulement appréhendée comme un moyen de financer leur activité, mais également comme un comme un moyen indispensable de rester compétitif dans des filières souvent concurrentielles. Cela est notamment le cas dans la filière du jeu vidéo où les petits éditeurs et développeurs de mon terrain financent le développement de briques technologiques et des projets de recherche tant pour rester compétitifs, que pour pallier au manque de moyens permettant le développement d'un jeu dans son entièreté, et que pour facturer des prestations de conseil à d'autres acteurs de la filière.

C'est en ce sens que le financement des petites entreprises du numérique et de la création via le CIR apparaît comme une réponse cohérente aux problèmes d'accès aux prêts bancaires, et aux subventions publiques. Ces dispositifs, qui exigent généralement une situation financière saine, des capacités et des garanties de remboursement, semblent inadaptés à la majorité des petites entreprises du numérique et de la création. Via le CIR, les pouvoirs publics financent toutes les entreprises agissant dans la R&D et l'innovation, sans considération de taille, de

[258] Ibid.
[259] Ibid.
[260] Ibid.

chiffre d'affaires, ni même de secteurs d'activité. Même si le dispositif est régulièrement le fruit de rapports à charge – notamment dû aux effets d'aubaine précédemment cités et d'une certaine méconnaissance-, il permet de palier à un certain nombre d'imperfections induites par la rencontre entre les nouvelles technologies et les industries culturelles, et qui participent du risque et de l'incertitude des petites entreprises. Si le CIR est le dispositif fiscal principal pour les structures agissant dans l'innovation et la R&D, d'autres crédits d'impôts ont été créés pour financer davantage les entreprises agissant dans les secteurs de la création – y compris de très petites tailles et peu rentables. Ainsi, les entreprises qui réalisent des dépenses « *liées à la conception de prototypes et d'installations pilotes de produits nouveaux*[261]» vont répondre aux critères d'éligibilité du Crédit d'Impôt Innovation (CII). Celles qui engagent des coûts de « *conception de nouveaux produits (coûts salariaux notamment) liés à de la création artisanale d'excellence*[262] » peuvent, quant à elles, solliciter le crédit d'impôt métiers d'art (CIMA). Les entreprises industrielles élaborant de nouvelles collections dans les secteurs textile - habillement – cuir peuvent se tourner vers le crédit d'impôt collection (CIC). Enfin, depuis janvier 2008, peuvent bénéficier du crédit d'impôt jeux vidéo (dispositif cogéré par le CNC (Centre National du Cinéma et de l'Image Animée) les :

> « *Développeurs de jeux vidéo sur console, téléphone mobile, ordinateur, etc., qu'ils soient des filiales ou des studios indépendants, et plus généralement toute entreprise productrice du jeu vidéo, soumise à l'impôt sur les sociétés au titre des dépenses pour la création de jeux vidéo*[263] »

Ce crédit d'impôt est le seul dispositif à financer la phase de création artistique (*rémunérations versées aux auteurs ayant participé à la création du jeu vidéo, en application d'un contrat de cession de droits d'exploitation de la propriété intellectuelle ainsi que les charges sociales afférentes* [264]) inhérente au développement du jeu vidéo. Les dépenses liées aux investissements « techniques », telles que les salaires des chercheurs et techniciens de recherche, ainsi que les dépenses liées à l'achat de matériel informatiques étant couvertes par le crédit d'impôt recherche, cumulable avec le crédit d'impôt jeu vidéo.

La mise en place du CIR par la loi de finances de 1983 répond à plusieurs objectifs nationaux de soutien aux entreprises. Les entreprises des industries culturelles n'étaient alors pas la cible du dispositif. Il aura fallu attendre la pénétration des enjeux liés aux numériques et aux nouvelles technologies de l'information-communication au sein des filières des industries culturelles pour que les petites entreprises de ces filières soient éligibles au CIR. Cette évolution liée aux NTIC a également ouvert la porte à certains acteurs des industries culturelles et de la communication, dès 2004, au dispositif de crédit d'impôt innovation (CII), qui coïncide à l'augmentation des enveloppes publiques allouées au financement des entreprises dites « *innovantes* [265]». Cela est notamment le cas pour la quasi-totalité des 60 petites entreprises étudiées dans cette recherche qui ont profité de la réforme du CIR de 2008 qui a favorisé l'ouverture du dispositif à d'autres filières, y compris celles des industries culturelles. Cette

[261] https://www.economie.gouv.fr/entreprises/credit-impot-innovation consulté le 26/10/2021
[262] service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31461 consulté le 26/10/2021
[263] https://www.entreprises.gouv.fr/fr/entrepreneuriat/aides-et-financement/credit-d-impot-jeux-video consulté le 17/05/2022
[264] https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/credit-dimpot-jeu-video_121078 consulté le 17/05/2022
[265] https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T691/les_entreprises_innovantes_en_france/ consulté le 05/04/2022

réforme renforce la volonté des pouvoirs publics de financer des projets de R&D dans tous les secteurs d'activité, comme en témoigne l'extrait du rapport officiel suivant :

> « *Un crédit d'impôt en volume assis entièrement sur un montant de dépenses de R&D, après avoir été depuis 2004 à la fois incrémental et en volume, et auparavant uniquement incrémental. La réforme de 2008 a conduit à une très forte augmentation du crédit d'impôt total dont bénéficient les entreprises françaises, son montant passant de 1,7 milliards € en 2007 à 4,2 milliards € en 2008 et continuant à augmenter depuis.* [266]»

Beslier (2017), dans sa thèse de doctorat, a travaillé sur la particularité des politiques publiques menées par les institutions étatiques en faveur de la recherche privée et qui auraient « *une nature très particulière* ». Pour cet ancien doctorant ayant également réalisé sa thèse en contrat Cifre et au sein d'Ambroise Conseil, les :

> *« Dépenses publiques tendant à soutenir et encourager la recherche privée semblent être considérées comme des finalités en elles-mêmes.*[267] »

Cela tient sans doute au fait que la recherche menée par les entreprises profite évidemment à ces dernières, mais également à l'ensemble de la société.

> *« Autrement dit, « les activités de R&D des entreprises constituent à la fois un facteur d'innovation et un facteur de diffusion de l'innovation dans une économie». En cela, il est possible d'affirmer que leur rendement social est supérieur à leur rendement privé. Ainsi, les politiques publiques en faveur de la recherche en général, qu'elle soit privée ou publique, sont considérées comme particulièrement nécessaires.*[268] »

Cette étude a cependant permis d'identifier des résultats comptables significatifs du CIR sur la trajectoire des petites entreprises du numérique :

1. Sur les 27 petites entreprises ayant levé au moins une fois des fonds entre 2004 et 2020, 22 ont bénéficié du statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante (JEI), et 100% d'entre-elles étaient éligibles au CIR. De fait, le CIR participe de la valeur des petites entreprises du numérique dans leur capacité à rassurer les investisseurs et à lever des fonds.

2. L'éligibilité au CIR permet également aux petites entreprises du numérique et de la création de s'inscrire dans la durée, et ce malgré le fait qu'elles ne lèvent jamais de fonds. En témoignent les 25 entreprises de la trajectoire 1 qui maintiennent des emplois stables sur plusieurs années, malgré leur incapacité ou leur absence de volonté de lever des fonds. A l'instar du rapport portant sur l'évaluation du Crédit d'Impôt Recherche de 2021, mené par le CNEPI (commission nationale d'évaluation des politiques d'innovation), les entreprises qui composent mon terrain démontrent une opérante corrélation entre l'augmentation de la créance de CIR et l'augmentation du nombre de salariés.

---

[266] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/lopez_et_mairesse_rapport_final_14122018.pdf consulté le 27/10/2021

[267] Extrait de la thèse de doctorat de Joseph Beslier soutenue en 2017 et disponible via le lien :https://www.theses.fr/224996185

[268] Ibid.

> *« L'effet causal de l'augmentation de la créance CIR sur le niveau de l'emploi ingénieur dans l'entreprise ne serait donc pas spécifique aux ingénieurs, puisque l'ensemble de la masse salariale augmente consécutivement à celle de la créance du CIR* [269] *»*

Les informations collectées ne me permettent cependant pas de définir la typologie d'emplois créés par le dispositif.

3. Cette mème étude de la CNEPI souligne que :

> *« Le recours au CIR à une date donnée – présente un caractère endogène, c'est-à-dire qu'il correspond aux choix stratégiques des entreprises dans leur dynamique d'investissement en R & D et dans celle de leurs activités d'innovation. En d'autres termes, des choix d'investissement en R & D auraient aussi pu avoir lieu même en l'absence du CIR.*[270] *»*

Les résultats de l'étude de terrain et les différents entretiens menés pendant ces trois années ne corroborent pas l'hypothèse de la CNEPI. Les petites entreprises du numérique et de la création étudiées, et notamment celles de la trajectoire 1, n'auraient certainement pas été en mesure de financer le développement de briques de R&D sans le CIR. Cela est notamment lié au caractère incertain de leur activité, ainsi qu'à leur difficulté à se financer dans les circuits bancaires et d'investissement. De plus, comme le souligne Bouquillion (2012), une des caractéristiques de l'innovation dans les ICC est qu'elle « *réside fréquemment dans la mise en œuvre d'un nouveau modèle d'exploitation, lequel n'est pas brevetable* [271]» et, de plus, les opérations de R&D menées par les petites entreprises se situent à la confluence de plusieurs secteurs d'activités et :

> *« Se structurent par la rencontre d'activités comme la production d'équipements de terminaux informatiques ou d'électronique grand public, la production de contenus (édition, musique, films, jeux vidéo, services web)) et l'offre de supports de transmission (réseaux de télécommunications, réseaux câblés, satellites).* [272]» ,

Mener à bien des projets de développement sur de la production de contenus et sur des supports de transmission nécessite d'importants investissements financiers et humains, pendant plusieurs années, et de manière continue. La capacité à réaliser ces investissements et à renouveler en permanence les projets de recherche et développement, comporte un risque d'échec très important, et est un enjeu central de la trajectoire des petites entreprises. De plus, la quasi-totalité des petites entreprises du numériques étudiées dans cette recherche ne parviennent à générer un chiffre d'affaires significatif qu'après 3 années minimum. Certaines d'entre-elles, notamment de la trajectoire 1, connaissent une stagnation de leur chiffre d'affaires pendant plusieurs années, voire des baisses significatives de revenus, et quelques évolutions croissantes après 5 années d'existence.

---

[269] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf consulté le 17/11/2021

[270] Ibid.

[271] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? »

[272] Mouline A, (2010), « Les industries créatives à l'heure de la numérisation : une approche par les alliances en R&D dans les industries du multimédia », tic&société Vol. 4, n° 2

La combinaison de faibles revenus et d'importants investissements en R&D génère deux sources majeures de tension et de risque :

- Des activités souvent peu rentables, avec un taux d'endettement élevé pendant plusieurs années qui annihilent toutes possibilités de financement par les acteurs bancaires et les investisseurs privés pour lesquels les retours sur investissements calculés sur les ratios rendement-risque sont quasi nuls. Et, de fait, une inéligibilité systématique aux dispositifs de soutien publics basés sur des indicateurs proches de ceux du secteur bancaire (évolution du chiffre d'affaires) qui s'adossent généralement au montant des fonds propres. Ces petites entreprises du numérique, du fait de leur modèle précédemment explicité, sont condamnées à composer avec des fonds propres et un résultat net souvent négatifs, et ce pendant plusieurs années.

- La capacité d'autofinancement joue un rôle majeur pendant les premières années d'existence des petites entreprises. De fait, la capacité des fondateurs à mobiliser les fonds de leur entourage et leurs propres moyens est un facteur majeur de discrimination. Un apport personnel important de la part d'un ou plusieurs co-fondateur permet non seulement d'obtenir un prêt bancaire plus facilement (les banques et BPI France s'adossent aux apports sous la forme d'un co-financement) mais permet également de palier les manques de rentrées d'argent des premières années. L'origine sociale des fondateurs est un facteur de différenciation majeur dans la capacité à financer son activité. Au-delà de l'activité, du sexe, de l'âge, ce sont des critères socio-économiques tels que les expériences antérieures, le niveau de diplôme, l'université/ école côtoyée, et le capital de départ qui sont les éléments les plus structurants de la trajectoire des entreprises.

Les allers-retours entre les lectures, les résultats de l'enquête de terrain, et l'analyse des différents rapports officiels sur les dispositifs de financement de la R&D et de l'innovation m'ont conduit à interroger ce qui se jouait réellement dans le cas des petites entreprises du numérique et de la création. Dans les rapports officiels, notamment ceux émanant de l'Union Européenne, fleurissent, depuis les années 1980, les notions floues « *d'économie de la connaissance* » et de « *société de la connaissance* ». Pour Bouquillion et Le Corf (2010) l'économie de la connaissance est très liée aux industries et à l'économie créative qui renvoient elles-mêmes à :

> « *Deux visions idéaltypes de la créativité, des industries créatives et de l'économie créative peuvent être distinguées. L'une est étroite et place l'acte créatif dans le domaine esthétique et culturel au centre des industries créatives ; l'autre, beaucoup plus large, s'intéresse à la diffusion de la créativité et de l'innovation dans l'économie et la société.* [273]»

[273] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., *Creative economy, creative industries : des notions à traduire* (pp. 241-258). Saint-Denis: Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241

La R&D et l'innovation sont appréhendées, dans ces mêmes rapports officiels et notamment ceux émanant de l'Union Européenne, comme des outils principaux de diffusion de la connaissance et permettrait de :

> *« Répandre dans l'ensemble de l'économie de nouveaux process de travail, avec des logiques de gestion de projet et de transversalité* [274]*»*

Le financement public de la R&D et de l'innovation répond à une volonté des pouvoirs publics de promouvoir l'économie dite « créative » car le « *processus de création culturel et l'innovation sont assimilés, tandis qu'il est affirmé que la capacité à innover est liée à la dimension créative, en particulier dans les petites entreprises.* [275]» Ainsi, *« La notion d'économie créative ne renvoie pas seulement à l'idée que la créativité et l'innovation se diffusent dans tous les secteurs, mais également au fait que de nombreux produits dans les économies contemporaines deviennent des produits dont la valeur serait moins « fonctionnelle » que « symbolique* [276] *»*. Le sommet de Barcelone de 2002 encourageait les pays à mettre en place des politiques d'incitation à la R&D et à l'innovation, dans le prolongement des travaux de Nelson (1959) et d'Arrow (1962) qui justifiaient déjà l'intervention du gouvernement américain par les « *externalités positives* » générées par les activités de R&D :

> *« Ces externalités conduisent à un rendement social (collectif) supérieur au rendement privé et donc à une appropriation incomplète du rendement des dépenses de R&D par les entreprises. En raison d'un sous-investissement privé relativement au niveau qui serait socialement optimal, l'État doit mettre en place des dispositifs pour encourager l'investissement* [277]*»*

Néanmoins, si les différents rapports officiels soulignent depuis des années, les avantages macro-économiques des états à financer la R&D et l'innovation en termes de compétitivité, de progrès, de création d'emplois, l'enjeu de cette recherche est d'appréhender les effets socio-économiques de ces politiques publiques au niveau des petites entreprises du numérique et de la création. De fait, après avoir défini les caractéristiques des petites structures, l'enjeu central de ces dispositifs ne serait-il pas de palier les inégalités de départ des fondateurs et à la quasi-inexistence des acteurs de la sphère financière et de l'investissement dans les premières années suivant la création des entreprises ?

Un des premiers objectifs des dispositifs public de financement de l'innovation et de la R&D, tels qu'ils ont été pensés par les politiques publiques repose dans la création d'emplois.

Au niveau du contexte, la France mène, depuis 1983 une politique en faveur de l'insertion professionnelle des chercheurs, des jeunes docteurs et des doctorants :

> *« Cette diffusion des jeunes docteurs dans la sphère privée et plus particulièrement dans la R&D industrielle est d'ailleurs l'un des principaux objectifs de la politique de formation doctorale menée par les pouvoirs publics en France depuis plus de deux décennies. Elle est considérée comme une dimension majeure de la compétitivité du système national d'innovation reposant sur des collaborations*

[274] Ibid.
[275] Ibid.
[276] Ibid
[277] Encaoua, D., Foray, D., Hatchuel, A. & Mairesse, J. (2004), « Les enjeux économiques de l'innovation: Bilan du programme CNRS. » Revue d'économie politique, 114, 133-168.

entre la science et l'industrie. De plus, dans le cadre des incitations croissantes qui s'exercent sur la recherche publique pour trouver des financements privés, les doctorants et les jeunes docteurs sont souvent mobilisés [278]*»*

Dans sa conception originelle, le CIR a notamment été créé afin de pallier les difficultés des docteurs à s'insérer dans certains secteurs économiques, tant dans la recherche publique que privée. Le dispositif permet, via des incitations fiscales, de faciliter et de favoriser l'embauche des jeunes docteurs dans les entreprises menant des projets de R&D :

> *« Les principales difficultés d'insertion des docteurs résident dans l'accès à un contrat stable (tableau 2). Ces difficultés sont particulièrement prégnantes dans le secteur de l'enseignement et de la recherche publique où les docteurs travaillent en majorité. En effet, dans ce secteur, certains types d'emplois scientifiques spécifiques aux docteurs récemment diplômés sont de facto à durée déterminée ou liés à des projets à durée déterminée (attaché temporaire d'enseignement et de recherche, contrat postdoctoral, projet ANR…). Cette période de transition précède leur titularisation ou leur reconversion en dehors de l'enseignement et la recherche* [279]*»*

Cependant, parmi les 60 petites entreprises étudiées, seules quatre « *jeunes docteurs* [280]» ont été embauchés entre 2004 et 2020, et seulement deux doctorants en contrats Cifre. Le CIR est donc très structurant dans leur trajectoire, mais il ne sert pas à financer l'embauche de docteurs et de doctorants. Plusieurs hypothèses peuvent être formulées pour justifier ce résultat :
Tout d'abord, il semble exister une certaine méconnaissance du dispositif, mais également la crainte de ne pas avoir suffisamment de « matière » dans le projet de recherche pour embaucher un doctorant Cifre ou un Jeune Docteur. Telles sont les raisons principales mises en avant par les fondateurs interrogés.
De plus, du côté du dépôt de brevets, les petites entreprises du numérique et de la création ne semblent également que peu averties ou concernées aux avantages du dispositif de CIR. Dans le guide 2020 du CIR, il est stipulé que :

> *« Le brevet peut être utilisé comme un indicateur de l'existence de travaux de R&D dans le cadre d'une opération. En effet, si l'objet du brevet est clairement lié à celui d'une opération de R&D, il peut constituer un indicateur pour apprécier les aspects « nouveauté » et « créativité » dans l'éligibilité au CIR.*[281] *»*

Les 60 petites entreprises étudiées ont déclaré, dans le cadre de leur assiette de dépenses de recherche, des frais de brevets d'un montant cumulé de 349 325€ entre 2004 à 2020. Cependant, ces montants ne sont l'œuvre que de deux entreprises sur les 60 étudiées.

---

[278] Giret, J. F., Perret, C., & Recotillet, I. (2007), « Le recrutement des jeunes docteurs dans le secteur privé. » Revue d'économie industrielle, (119), 85-102.
[279] https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2017/20/7/NI_17.03_-_Docteurs_sur_le_marche_du_travail_716207.pdf consulté le 26/01/2021
[280] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6498-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-20-20-20181205 consulté le 20/09/2021 : (au sens de la définition du Bulletin Officiel des Finances Publiques : « Les dépenses de personnel qui se rapportent à des personnes titulaires d'un doctorat tel que défini à l'article L. 612-7 du code de l'éducation, ou d'un diplôme équivalent, sont prises en compte pour le double de leur montant pendant les vingt-quatre premiers mois suivant leur premier recrutement à condition que le contrat de travail de ces personnes soit à durée indéterminée et que l'effectif salarié de l'entreprise ne soit pas inférieur à celui de l'année précédente.
[281] https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/guide_CIR/10/9/CIR_guide2019_web-erratum_janv_2020_1230109.pdf consulté le 26/01/2022

Un des brevets déposés concerne la production de contenus audiovisuels et notamment une innovation de procédé concernant un logiciel de montage vidéo. L'autre dépôt de brevet concerne une solution de calcul nouvelle dans un secteur particulier des nouvelles technologies de l'information-communication. Au sujet des industries créatives, Bouquillion (2012), souligne qu'il est rare que des brevets soient déposés. Les innovations, telles qu'elles sont développées par les entreprises étudiées concernent « *l'introduction de nouveaux modèles économiques* [282]» ou « *la mise en œuvre d'un nouveau modèle d'exploitation* », ces démarches et opérations ne sont pas brevetables. Il faudrait donc ajouter à la méconnaissance du dispositif précédemment évoquée, la nature même de l'innovation, pour justifier du faible taux de dépôt de brevets et le faible nombre d'embauches de docteurs et de doctorants par les petites entreprises du numérique. Dans la définition de la R&D par le manuel de Frascati qui régit le CIR, trois types de projets sont considérés comme éligibles :

> *« Le terme R-D recouvre trois activités : la recherche fondamentale, la recherche appliquée et le développement expérimental*[283] *» ;*

La recherche fondamentale consiste, selon la définition, *« en des travaux expérimentaux ou théoriques entrepris principalement en vue d'acquérir de nouvelles connaissances sur les fondements des phénomènes et des faits observables, sans envisager une application ou une utilisation particulière.* [284]*»*
La recherche appliquée consiste également *« en des travaux originaux entrepris en vue d'acquérir des connaissances nouvelles. Cependant, elle est surtout dirigée vers un but ou un objectif pratique déterminé.*[285] *»*
Le développement expérimental consiste en la réalisation de *« travaux systématiques fondés sur des connaissances existantes obtenues par la recherche et/ou l'expérience pratique, en vue de lancer la fabrication de nouveaux matériaux, produits ou dispositifs, d'établir de nouveaux procédés, systèmes et services ou d'améliorer considérablement ceux qui existent déjà.*[286] *»*

Les projets de R&D menés par les petites entreprises du numérique et de la création semblent davantage correspondre aux caractéristiques du développement expérimental qu'à celles de la recherche fondamentale et appliquée. Certaines petites entreprises du numérique et de la création mènent des projets répondant de la définition de « *l'innovation technologique* », également proposée dans le manuel de Frascati :

> *« Les activités d'innovation technologique sont l'ensemble des démarches scientifiques, technologiques, organisationnelles, financières et commerciales, y compris l'investissement dans de nouvelles connaissances, qui mènent ou visent à mener à la réalisation de produits et de procédés technologiquement nouveaux ou améliorés.*[287] *»*

---

[282] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258). Saint-Denis: Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241"
[283] https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264299047-fr.pdf?expires=1643216365&id=id&accname=guest&checksum=FAB8A37A21E483C6DF26AB2229026AE2 consulté le 26/01/2021
[284] Ibid.
[285] Ibid.
[286] Ibid.
[287] Ibid.

Les projets concernant « l'innovation technologique », telle qu'elle est définie par l'OCDE, englobent les démarches de R&D qui sont amenées à intervenir à différents moments du processus d'innovation :

> *« La R-D n'est que l'une de ces activités et peut être réalisée à différents stades du processus d'innovation, étant utilisée non seulement comme source d'idées inventives mais aussi pour résoudre les problèmes qui peuvent surgir à n'importe quelle étape jusqu'à la réalisation* [288]*»*

Malgré l'apparente clarté des définitions proposées par les différents manuels et textes officiels régissant la R&D et l'innovation, la frontière dans les activités menées au quotidien par les petites entreprises du numérique entre recherche, développement et innovation, demeure poreuse. Le travail de mise en conformité mené par des cabinets comme Ambroise Conseil est alors essentiel pour permettre de qualifier les activités menées par les entreprises.

Pourquoi les petites entreprises du numérique et de la création se tournent vers le CIR plutôt que vers les aides spécifiques aux industries culturelles ?

Les sept trajectoires qui ont été définies à la suite de l'analyse quantitative des données liées au financement de l'activité des 60 petites entreprises du numérique et de la création ont mis en lumière l'importance du CIR dans le développement de certaines structures, et, dans la survie d'autres. J'ai souligné, dans la première partie de ce travail, le risque de la dépendance de certaines entreprises à l'égard des dispositifs publics de soutien à l'innovation et à la R&D. Ce qui se joue dans la stratégie des pouvoirs publics à l'égard d'acteurs du numérique de petite taille se situe à trois niveaux.

> ***Rappel des 7 grandes trajectoires***
>
> *1° Des petites entreprises qui ne lèvent jamais de fonds mais s'inscrivent dans la durée*
> *2° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis déposent le bilan dans les mois qui suivent*
> *3° Des petites entreprises qui ne lèvent pas de fonds et déposent le bilan dans les 24 premiers mois suivant le début de l'activité*
> *4° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis se revendent à un acteur industriel ou un acteur financier*
> *5° Des petites entreprises qui lèvent des fonds mais restent aux fondateurs*
> *6° Des petites entreprises qui sont revendues à un industriel sans levée de fonds antérieures*
> *7° Trajectoire unique d'une petite entreprise créée en 2009 : en croissance permanente depuis la création et qui a réalisé sa première levée de fonds (6,3 Millions €) en 2021*

En premier lieu et comme cela a déjà été évoqué, le CIR est un dispositif fiscal avantageux et pérenne. Nous l'avons évoqué dans la section précédente, l'enveloppe allouée au dispositif est en augmentation régulière, et les critères d'éligibilité permettent à un nombre important d'entreprises, y compris dans les industries culturelles et créatives, d'en bénéficier. De plus, un nombre important d'acteurs intermédiaires, tels que les cabinets de conseil et les experts comptables ayant connaissance des avantages du dispositif, accompagnent leurs clients dans le

[288] Ibid.

dépôt des demandes d'aides. Les acteurs de petites tailles agissant dans certains secteurs des industries culturelles rencontrent, du fait de leurs spécificités, des difficultés à se financer notamment en début de projet. Comme le souligne Bouquillion (2010),

> *« Les acteurs des industries de la culture sont généralement moins bien placés que les acteurs des industries de la communication pour tirer parti des financements indirects propres aux nouveaux supports.*[289] *»*

Le CIR est néanmoins un dispositif clivant. Si certains experts, consultants, voire chercheurs plébiscitent son attractivité et la nécessité de son existence pour soutenir des secteurs considérés comme vecteurs de croissance et de développement économique, comme en témoigne le propos suivant :

> « *Les atouts du CIR ont été fréquemment soulignés et salués, notamment par les entreprises et les communautés scientifiques et universitaires : arme anti-crise pour stimuler la recherche et la compétitivité, levier de financement efficace et incontournable pour la R&D, dispositif plutôt simple et pérenne, spectre élargi de bénéficiaires (des PME aux grandes entreprises) et de catégorie d'activité (recherche fondamentale, recherche appliquée, développement expérimental).* [290] »

D'autres acteurs, notamment politiques, lui reprochent sa trop grande perméabilité et son manque d'efficacité. Le rapport de la CNEPI de 2021 souligne notamment que :

> *« Des choix d'investissement en R & D auraient aussi pu avoir lieu même en l'absence du CIR* [291]*»*

Mon étude montre que sans le CIR, au moins 40% des petites entreprises ne pourraient réaliser les investissements nécessaires pour s'engager dans des projets de recherche et développement. Au niveau de l'emploi, ce même rapport précise que :

> *« Ceci revient à dire que leur volume global d'effectifs employés augmente sous l'effet de la réforme mais pas leur intensité en R & D. L'effet causal de l'augmentation de la créance CIR sur le niveau de l'emploi ingénieur dans l'entreprise ne serait donc pas spécifique aux ingénieurs, puisque l'ensemble de la masse salariale augmente consécutivement à celle de la créance du CIR.*[292] *»*

Une nouvelle fois, les éléments contenus dans le rapport de la CNEPI ne concernent que peu les petites entreprises, et notamment celles du numérique et de la création, si ce n'est pour affirmer que :

> *« Les résultats mettent en évidence que l'essentiel des impacts positifs sont identifiés pour les petites et moyennes entreprises (micro et PME).* [293]*»*

---

[289] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société Vol. 4, n° 2

[290] https://www.ifrap.org/education-et-culture/pourquoi-il-faut-garder-le-cir-pour-le-moment consulté le 27/10/2021

[291] Évaluation du Crédit d'impôt recherche - Avis de la CNEPI 2021, https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf

[292] Ibid.

[293] Ibid.

Et, en conclusion du rapport, la commission nationale en charge de l'évaluation du CIR constate un effet positif du dispositif sur les petites entreprises créées après la réforme de 2008, notamment en termes de « *performance économique* » :

> *« Quant aux entreprises entrées dans le dispositif seulement après 2008, qui sont plus jeunes et plus petites, l'analyse statistique identifie des gains de performance économique (effort d'investissement, chiffre d'affaires et exportations). Toutefois, l'étude IPP-PSE estime que ces gains sont caractéristiques d'entreprises très jeunes et, ne pouvant mener une analyse causale, elle ne peut confirmer que ces gains soient imputables au CIR.* [294]*»*

Sont-ce ces seuls éléments de performance économique qui permettent de justifier du recours grandissant des TPE, notamment du numérique et de la création, au financement par le CIR ?

Certains éléments permettent de justifier de l'attractivité du dispositif pour les acteurs de petite taille, au-delà de la croissance et du développement économique. En premier lieu, il s'agit d'un financement non dilutif et dont les entreprises peuvent bénéficier dans les premières années suivant la création de la société, dès lors que celles-ci engagent des dépenses de recherche. La complexité des processus d'innovation et les très coûteux investissements, sans certitude de réussite du projet de R&D renforcent le risque d'échec auquel sont confrontées les petites entreprises du numérique et de la création. Le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche justifie l'attractivité du dispositif par le fait que :

> *« Ce type d'aide est adapté au contexte contemporain de l'innovation, à la fois exigeant et changeant. En laissant le choix aux entreprises des projets à mener, sans cibler de secteur ou de technologie, les aides fiscales sont adaptées à la complexité des processus d'innovation et à leur caractère pluridisciplinaire*[295] *»*

Néanmoins, la compatibilité du dispositif avec le caractère incertain de la recherche et de l'innovation ne se substitue pas au fait que dans la catégorie des dispositifs fiscaux de financement des activités « *innovantes* » et « *créatives* », le CIR représente plus de 97% de la créance de R&D disponible en France.

> *« Depuis 2013, l'assiette du CIR est composée de trois types de dépenses (voir méthodologie). Les dépenses de recherche représentent 96,5 % des dépenses et 97,6 % de la créance. Les dépenses d'innovation, éligibles pour les PME communautaires, génèrent une créance de 74 M€ (1,3 %) et les dépenses de collection génèrent une créance de 65 M€ (1,1 % du total).*[296] *»*

D'après les chiffres de 2018 du MESRI, disponibles dans l'annexe 21 du manuscrit, parmi les 21 024 entreprises bénéficiaires du CIR en 2018, 95% d'entre elles déclarées des dépenses de recherche, 3,7% d'entre elles des dépenses d'innovation, et moins d'1% des dépenses de collection. Les 60 petites entreprises de notre panel ont réalisé, entre 2004 et 2020, plus de 31 millions d'euros de dépenses de R&D, réalisant plus de 3,5 millions de dépenses d'innovation,

---

[294] Ibid.
[295] https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/10/EESR10_R_31-le_credit_d_impot_recherche_dispositif_de_soutien_a_la_r_d_des_entreprises.php consulté le 19/11/2021
[296] Ibid.

et seulement 374 000€ de dépenses de collection, soit une répartition de la créance de crédit d'impôt :

- 89% des dépenses sont liées à des projets de R&D,
- 10% concernent des dépenses d'innovation,
- moins de 1% concernent des dépenses de collection.

Le léger écart avec les chiffres du MESRI s'expliquent par l'appartenance de la grande majorité des petites structures de mon terrain aux secteurs des industries culturelles, avec une tendance à engager dans un même temps des dépenses d'innovation et des dépenses de recherche et développement. Il semble également que les intermédiaires (notamment les cabinets de conseil en financement) encouragent les petites entreprises à déclarer des dépenses de recherche plutôt que d'innovation en raison d'un meilleur taux de remboursement (30% pour le CIR contre 20% pour le CII).

4. Caractéristiques des sociétés réalisant des travaux de R&D en 2014 d'après l'enquête selon qu'elles déclarent ou non des dépenses éligibles CIR

	Sociétés ne déclarant pas de dépenses éligibles au CIR	Sociétés déclarant des dépenses éligibles au CIR
Chiffre d'affaires moyen (en milliers d'euros)	40 617	84 808
Chiffre d'affaires médian (en milliers d'euros)	2 786	3 697
Effectif salarié moyen	151	206
Effectif salarié médian	19	26
DIRDE moyenne (en milliers d'euros)	475	2 203
DIRDE médiane (en milliers d'euros)	114	232
Effectif de R&D moyen	4	17
Effectif de R&D médian	2	3
Part des sociétés indépendantes (en %)	44	39
Part des sociétés bénéficiant d'aides publiques directes (en %)	15	27

Champ : hors sociétés agréées par le Mesri pour être prestataire R&D.
Sources : DGFiP ; Insee ; Mesri-Sies ; Mesri-Sittar.

L'étude menée par l'INSEE et la DGFIP traduit le rôle structurant du CIR dans la trajectoire des entreprises bénéficiaires. A taille égale, les entreprises déclarantes ont un chiffre d'affaires moyen plus élevé, un effectif salarié et de R&D moyen plus important, et de fait, des dépenses de R&D supérieures. Les résultats de mon enquête de terrain confirment les tendances soulignées par l'INSEE. Sur les sept trajectoires issues de ma recherche, six concernent une augmentation du chiffre d'affaires, des dépenses de R&D, et des effectifs salariés. Seules les petites entreprises de la première trajectoire semblent ne pas connaître un développement significatif de leur activité, mais davantage une trajectoire qualifiée de « *linéaire* ». Le CIR est alors un moyen de maintenir les emplois et les investissements en R&D, davantage qu'un moyen d'atteindre une croissance exponentielle. Cependant, les différents entretiens menés ainsi que les échanges quasi-quotidiens depuis quatre ans avec les fondateurs démontrent qu'en plus de l'appui des intermédiaires, recourir au financement de l'activité via le CIR est une stratégie de financement de l'activité à part entière. Ceci s'explique notamment par la pérennité du dispositif et de sa « *quasi-sacralisation* » par les pouvoirs publics :

> *« S'agissant du CIR, nous avons adopté le principe de la durabilité du dispositif, de son caractère sacralisé pour donner de l'attractivité et de la lisibilité. Pour autant, j'estime*

que les contrôles sont nécessaires. Certes, nous avons un dispositif très ouvert, très large, mais qui doit être très contrôlé.[297] »

Cette quasi-sacralisation du dispositif se joue également à une échelle internationale. Elle est partagée par la plupart des gouvernements et par les programmes des institutions supranationales, dans un contexte où :

« Le sommet du Conseil européen de Lisbonne de mars 2000 s'est conclu sur l'expression de la volonté de faire de l'UE « l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique au monde dans les 10 prochaines années [298]»

De fait, les fondateurs des petites entreprises du numérique et de la création ont, en s'inscrivant dans des projets de R&D et d'innovation – parfois pendant plusieurs années -, la possibilité de réduire le risque lié au financement de leur activité et une source de financement annuelle et non dilutive. Cette stratégie s'avère encore plus cohérente dès lors que les dépenses de R&D ouvrent le droit aux petites d'entreprises de bénéficier des avantages en matière d'impôt du statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) :

« Une JEI ou une JEU peut bénéficier d'exonérations en matière d'impôt sur le revenu ou sur les sociétés. Pendant le 1er exercice (ou la première période d'imposition bénéficiaire), l'exonération est totale. Pour la période ou l'exercice suivant, l'exonération est de 50 %. L'exonération d'impôt sur les bénéfices est cumulable avec le crédit d'impôt recherche (CIR). [299]»

L'autre avantage principal du statut JEI repose sur les exonérations des charges sociales patronales d'assurances sociales et d'allocations familiales pour le personnel de recherche, dès lors qu'au moins 50% de leur temps de travail soit consacré à la recherche et au développemen.. Le taux de cotisations patronales du personnel concerné passe donc d'environ 40% à 20%. Une économie de charges non négligeable pour des entreprises de petites tailles.

Les entreprises sont éligibles au statut JEI dès lors qu'elles répondent aux conditions suivantes :

- *« Être une PME : Entreprise employant moins de 250 salariés, réalisant soit un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros, soit un total de bilan inférieur à 43 millions d'euros. Un dépassement de seuil n'a d'effet qu'après 2 exercices consécutifs.*
- *Avoir moins de 11 ans d'existence (l'entreprise perd définitivement le statut de JEI l'année de son 11e anniversaire)*
- *Être indépendante. Son capital doit être détenu pour 50 % au minimum par l'une des personnes ou entités suivantes : Personnes physiques, Autres JEI détenues au moins à 50 % par des personnes physiques, Associations ou fondations reconnues d'utilité publique à caractère scientifique, Établissements de recherche et d'enseignement ou par des sociétés d'investissement*

[297] http://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20150504/ce_cir.html Consulté le 17/11/2021
[298] Guillou, S., & Salies, E. (2015), « Le crédit d'impôt recherche en débat. » Note de l'OFCE, 55.
[299] https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31188 consulté le 21/01/2021

- *Ne pas avoir été créée dans le cadre d'une concentration, d'une restructuration, d'une extension d'activité ou d'une reprise de telles activités*
- *L'entreprise doit en plus réaliser des dépenses de R&D à hauteur de 15 % minimum des charges fiscalement déductibles au titre de cet exercice. Le calcul de ce taux ne prend pas en compte les charges de cessions d'actions ou d'obligations, les pertes de change et les charges engagées auprès d'autres JEI réalisant des projets de R&D.* [300]»

C'est la dernière condition, liée aux dépenses de R&D à hauteur de 15% minimum des charges de l'entreprise qui est la plus structurante pour les entreprises du numérique et de la création. En effet, ce critère implique une régularité dans les investissements en personnel et en matériel pour conserver les avantages liés au statut JEI.
Le dispositif est, au même titre que le CIR, très attractif et le nombre de bénéficiaires ne cesse d'augmenter depuis sa création en 2004 :

> *« Entre 2004 et 2015, 8 868 entreprises ont bénéficié du dispositif JEI pour un montant total d'exonérations de cotisations sociales patronales de 1 505 M€. Leur nombre est en augmentation continue depuis la création du dispositif, passant de 1 130 JEI en 2004 à 3 487 en 2015* [301] »

27 entreprises de mon panel ont bénéficié des avantages du statut JEI, cumulés aux avantages du CIR. Si l'enjeu principal de ces éligibilités aux dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D est lié au financement de l'activité, cela représente également un enjeu majeur dans des environnements fortement concurrentiels. Dans les secteurs du numérique et de la création, la pénétration d'enjeux forts liés au développement technologique et au renouvellement des projets de R&D renforce l'incertitude et les pouvoirs publics, au travers notamment du statut JEI et du CIR, participent à la réduction du risque. Néanmoins, étant donné le nombre de structures bénéficiaires, il semble plus légitime d'affirmer les entreprises ne sollicitant pas les fonds alloués à ces dispositifs sont désavantagées dans la course au renouvellement technologique, plutôt que d'affirmer que celles qui en bénéficient sont avantagées.
De plus, s'engager dans une démarche de R&D et/ ou dans un processus d'innovation permet aux petites entreprises du numérique et de la création de solliciter d'autres aides publiques. Les guichets de financement publics tels que BPI France, ou la région Ile-de-France, via notamment le dispositif Innov'Up, soutiennent les entreprises porteuses d'un projet d'innovation, sous la forme d'une subvention et/ ou d'une avance récupérable dans :

> *« La limite de 500.000€ de subvention et 3 M€ d'avance récupérable. L'aide vise à accompagner un projet, au cours de ses différentes phases :*
> *Sa faisabilité pour valider l'opportunité technique, technologique et économique,*
> *Son développement pour conduire les travaux de développement et de prototypage,*
> *Son expérimentation pour tester l'innovation en conditions réelles avant sa mise sur le marché. Les dépenses éligibles concernent les frais de personnel, prestations externes (honoraires, sous-traitance R&D, etc.), l'amortissement du matériel des investissements engagés sur la durée du programme, les dépenses de propriété*

[300] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/la-jeune-entreprise-innovante-jei-46445 consulté le 05/04/2022
[301] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf consulté le 21/01/2021

industrielle, d'homologation, de design, d'étude de marché, d'acquisition de technologie. [302] »

Une éligibilité au statut JEI est considérée, par certains guichets de financement public locaux et nationaux, comme un indicateur de R&D. Elle ouvre ainsi de nouveaux droits et permet le financement de projet onéreux. Il est cependant important de préciser que seules deux entreprises de mon panel ont bénéficié du dispositif Innov'Up ou de ces déclinaisons (Tp'Up, Pm'Up, etc.). Le règlement d'intervention de la région Ile-de-France, concernant le dispositif Innov'up valide l'hypothèse d'une pénétration accrue des enjeux liés au renouvellement technologique dans les activités dites « créatives, artistiques et culturelles » :

> *« L'Innovation créative est distincte de l'Innovation Technologique ou Nouvelle Génération et Innov'up a également pour objet de financer des projets portant sur des activités créatives, artistiques et culturelles, notamment dans les verticales stratégiques suivantes : Jeu Vidéo, Cinéma et production audiovisuelle, Beauté, Mode et Accessoires* [303] »

Enjeux du financement public des petites entreprises agissant dans les secteurs de la création

Du côté des petites entreprises du numérique étudiées menant des projets de R&D et d'innovation, c'est donc le crédit d'impôt recherche qui est le dispositif le plus sollicité. Si, comme nous l'avons souligné précédemment, il existe une grande plasticité et un flou autour des notions d'innovation et qui permet à des entreprises du numérique et de la création de bénéficier des différents dispositifs de soutien, cela est également le cas pour la définition de la créativité. Dans les différents rapports officiels étudiés, c'est autour de la question du dynamisme des territoires que s'opère généralement le rapprochement entre les notions d'innovation et de créativité. Ainsi, dans un rapport de 2010 sur la thématique, Durance et Mousli affirment que :

> *« Le territoire est bien un écosystème et un lieu privilégié de l'innovation (proximité des acteurs, vie sociale, etc.). L'innovation se développe plus favorablement dans un écosystème où l'atmosphère attire les talents, en étant généreux avec les créatifs, accueillant envers les étrangers et tolérant avec les déviants.*[304]»

Pour Bouquillion, Miège et Moeglin (2015), la référence à la créativité est présente dans les filières des industries culturelles et créatives, mais se retrouve également dans les industries communicationnelles :

> *« Si la référence à la notion de créativité est présente dans les industries culturelles (presse, livre, musique enregistrée, cinéma et audiovisuel, jeux vidéo), les industries de la communication (télécommunications, informatique et Web, fabrication de matériels électroniques), elle l'est aussi – et peut-être davantage encore – dans beaucoup d'autres domaines, qui sont faiblement industrialisés mais investis d'une certaine dimension culturelle ou symbolique tels que le spectacle vivant, les arts, la mode, le*

[302] https://www.iledefrance.fr/innovup consulté le 21/01/2021
[303] Extrait du règlement d'intervention de l'avance remboursable Innov'Up de la Région Ile-de-France consulté le 25/10/2021 via https://mesdemarches.iledefrance.fr/document-collect/cridfprd/root/public?objectId=439a4402-54db-44a1-b8c6-9bb9afcf28e0;1.0
[304] https://www.iddlab.org/data/sources/users/4/docs/creativite_et_innovation_dans_les_territoires.pdf consulté le 31/01/2021

design, la publicité, le tourisme, l'artisanat ethnique et même la gastronomie. Plus lointainement encore, cette même référence a gagné les milieux de l'innovation et du développement industriel, au point de marquer fortement les politiques d'aménagement territorial et de clusters industriels.[305] »

La problématique principale du rapprochement entre innovation et créativité dans les rapports officiels repose dans le fait, toujours selon Bouquillion, Miège et Moeglin (2015), que :

> *« Les injonctions à la créativité déstabilisent donc les pratiques habituelles et privilégient la nouveauté technique, parfois au détriment même des innovations artistiques et culturelles*[306] »

Une tension existe donc entre d'un côté la confusion entre innovation et créativité qui semble largement entretenue par les pouvoirs publics afin de répondre à des objectifs de croissance et de compétitivité. Ces objectifs priment sur la compréhension des enjeux, des caractéristiques, et de l'organisation des filières et des différents secteurs d'activité et, cela, tant dans les dispositifs portés par BPI France, par l'IFCIC, le ministère de la culture, le ministère de l'économie, que par les différents dispositifs régionaux.
Et, d'un autre côté, l'enjeu du financement des entreprises agissant dans les filières des industries de la culture et/ ou de la créativité qui ne serait pas lié à un soutien de la croissance et de la compétitivité, mais davantage mobilisé comme une réponse au manque d'intérêt des acteurs bancaires et des investisseurs privés :

> *« Moins qu'un vaste plan d'aides publiques aux entreprises créatives, impossible à mettre en place, l'enjeu est de faciliter l'accès aux dispositifs d'aides publiques existants, d'en créer éventuellement de nouveaux plus adaptés aux spécificités des industries créatives (objectifs limités à l'aide à l'innovation et à la créativité) et de faciliter l'accès des entreprises créatives au système financier et bancaire*[307] »

Les petites entreprises qui ont été ici étudiées agissent dans un processus répondant de l'innovation et/ ou de la créativité, qui se caractérise par la « *transformation d'une idée en des produits commercialisables* » (Bouquillion 2010). Il faut en revenir aux spécificités des petites entreprises du numérique et de la création pour mieux comprendre les enjeux du financement public des industries créatives et/ ou de l'innovation :

- Les petites structures n'ont pas ou très peu de dépenses de droit à la propriété intellectuelle,
- Elles se financent également en grande partie par les dispositifs de crédit d'impôt. Leur activité de création les rend éligibles aux crédits d'impôt collection et métiers d'art, mais également, dans certains cas, aux crédits d'impôts innovation, voire recherche, et crédit d'impôt jeux vidéo,

[305] Bouquillon, P., Miège, B., & Moeglin, P. (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité. » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, *16*, 17-26.
[306] Ibid.
[307] Bouquillion, P., & Le Corf, J. B. (2010), « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens. » Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication, Paris.

- Elles rencontrent également d'importantes difficultés de financement dans les circuits classiques et souffrent d'une valorisation bien inférieure à celles des entreprises dites « innovantes ». Cela se traduit notamment par le fait qu'elles ne lèvent pas de fonds et qu'elles tirent moins facilement parti « *des financements indirects propres aux nouveaux supports.*[308] »

D'un autre côté, un « *plan d'action en faveur des entreprises culturelles* » a été mis en place en 2020. Porté par le ministère de la culture et le ministère de l'économie et des finances, les fonds alloués sont co-gérés par Bpi France et l'IFCIC. Ce dispositif s'adresse à des activités très diversifiées et confondues dans un vaste ensemble nommés « *secteurs culturels et créatifs* » regroupant,

> *« les arts visuels, la musique, le spectacle vivant, le cinéma, la télévision, la radio, le jeu vidéo, le livre, la presse, la publicité et la communication, la mode, le luxe et le design.*[309] »

Les modalités d'intervention de ce dispositif concernent deux niveaux principaux de soutien :

- *« Un investissement en fonds propres dans les entreprises créatives, de l'amorçage à la transmission en passant par le capital développement »* dont la banque publique d'investissement gère l'enveloppe de 225 millions d'euros,
- un *« fort effet de levier sur des financements bancaires et/ou en fonds propres »* géré par l'IFCIC, avec une enveloppe de 25 millions d'euros.

Les critères d'éligibilité de ce plan de soutien confirment l'hypothèse évoquée par Bouquillion et Le Corf (2010) concernant une volonté accrue des pouvoirs publics d'articuler l'innovation et la culture. Les modalités d'intervention de ce type de dispositif participent de la financiarisation à l'œuvre dans les filières des ICC :

> *« Aujourd'hui, avec la financiarisation et le renforcement de la concentration, qui conduisent à un approfondissement de l'inscription des ICIC au sein du capitalisme, l'éloignement des ICIC des jeux de la concurrence s'est sans doute renforcé, ou du moins transformé. Les ICIC ne sont pas seulement des industries produisant de la valeur ajoutée : elles sont également des objets de spéculation financière* [310] »

Bpi France souligne, quant à elle, que ce plan d'action de 2020 à destination des industries culturelles et créatives, permettra d'apporter :

> *« Un soutien aux projets innovants, à forte croissance ou nécessitant un accompagnement financier audacieux*[311] »

---

[308] Ibid.

[309] https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Les-dispositifs-de-financements consulté le 21/01/2022

[310] Bouquillion P, Combes Y. (dir.) (2007), « Les industries de la culture et de la communication en mutation » Paris, Éditions L'Harmattan. (Coll. « Questions contemporaines » Série « Les industries de la culture et de la communication ».)

[311] Issu du plan d'action en faveur des entreprises culturelles

Cependant, aucune entreprise étudiée dans cette thèse n'a bénéficié de ce plan d'action, malgré le fait qu'elles agissent aussi bien dans les industries culturelles – avec des activités dans la photographie, le design, l'édition de livres et de journaux, la fabrication de bijoux et de vêtements –, que dans les industries de la communication – activités informatiques, le conseil en relations publiques et communication, le conseil en systèmes et logiciels informatiques, l'édition de logiciels applicatifs et de de logiciels système et de réseau, le traitement des données massives. Une partie de ces structures agit également dans la post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, et dans l'hébergement touristique et autre hébergement de courte durée. Les 60 entreprises, qu'importe leur activité déclarée au registre des entreprises, sont traversées par des évolutions liées à l'émergence de nouvelles technologies l'information et de la communication (NTIC). Les nouvelles technologies engendrent le développement de plusieurs formes de diffusion et différents supports : portails, intermédiation numérique, courtage, et surtout des plateformes. Le développement de ces supports est l'objet d'une grande partie des projets de recherche.
Quant aux modèles de rémunération des petites entreprises, ils sont adossés aux développements des outils de diffusion. Certaines TPE commercialisent le fruit de leur recherche et développement sous la forme de licences (l'utilisateur paye son logiciel à un coût de départ plus élevé), en SAAS (« *l'utilisateur paye un abonnement mensuel ou annuel tout inclus : mises à jour, maintenance, support pour avoir accès au service*[312] »), ou sous la forme de prestation de conseil et d'accompagnement. Au-delà des modalités de financement de l'activité liées à la commercialisation d'un produit ou d'un service, d'autres éléments socio-économiques sont à prendre en compte pour appréhender les enjeux de la structuration de la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Notamment la phase de recherche et développement qui ne débouche pas toujours sur une solution ou un produit commercialisable. On assiste alors à une « hybridation » entre le développement technologique et l'activité initiale de l'entreprise. Cela pouvant créer des interférences et des tensions entre culture et communication. Philippe Bouquillion (2010) a souligné « *les relations complexes entre les industries et l'économie créatives, d'un côté, et les Tic, de l'autre*. » Cela fait écho à la question centrale de notre recherche autour des enjeux des dispositifs dits de « *soutien à l'innovation* », à la recherche et au développement et à la « *création* » dans la structuration des trajectoires des petites entreprises aidées.
Pour comprendre ce qui se joue au niveau des pouvoirs publics et appréhender les raisons pour lesquelles les petites entreprises de mon panel ne correspondaient pas toujours aux critères des industries créatives construits par les dispositifs de soutien autres que les crédits d'impôt recherche, j'ai interrogé la notion même de l'économie créative et des industries créatives.
Pour Bouquillion (2010) la définition de la notion des industries créatives construite dans les rapports officiels est relativement complexe et floue :

> « *Diverses activités pourraient être regroupées dans la même catégorie, les « industries créatives », au motif que la création jouerait un rôle central dans leur production et leur valorisation. Liées à des savoirs et des savoir-faire complexes, supposément spécifiques à un territoire donné, ces activités présenteraient un fort ancrage territorial, produiraient une importante valeur ajoutée et, enfin, seraient hautement*

[312] https://www.ebp.com/blog/demarrer-mon-activite/logiciels-en-mode-licence-ou-en-mode-saas-que-choisir#:~:text=En%20licence%20%3A%20l'utilisateur%20paye,co%C3%BBt%20de%20d%C3%A9part%20plus%20%C3%A9lev%C3%A9.&text=En%20SaaS%20%3A%20l'utilisateur%20paye,pour%20avoir%20acc%C3%A8s%20au%20service. Consulté le 29/06/2021

créatrices d'emplois. Telle est, schématiquement résumée, la proposition centrale sur laquelle repose la notion d'industries créatives.[313] »

D'emblée, plusieurs éléments des contours de la notion ne semblent pas s'appliquer aux entreprises étudiées ici. Parmi les sept trajectoires de développement des entreprises définies, celles de la première trajectoire – qui rassemble 40% des entreprises étudiées – ont une croissance linéaire, marquée par une évolution faible voire inexistante du nombre d'emplois créés. Cette linéarité du développement se ressent également dans la forte « *valeur ajoutée* » car les 25 entreprises dont il est ici question, bien qu'elles mènent des projets de recherche et développement parfois complexes ne le font pas nécessairement en faveur de leur ancrage territorial, et surtout ne produisent pas ou peu de chiffre d'affaires. Cette étude démontre même l'incapacité de ses entreprises à générer des revenus et met en avant des bilans comptables sur plusieurs années comportant un résultat net négatif, et des fonds propres qui le sont tout autant.

Dès lors, pouvons-nous considérer légitimement que les entreprises issues de la première trajectoire soient bien issues des « *industries créatives* » au sens des définitions portées dans les rapports officiels ?
Du point de vue de l'activité et des projets de recherche et développement qu'elles mènent, cela semble correspondre aux savoirs faire complexes nécessaires décrits. Du point de vue de la production de valeur ajoutée, cela semble cependant en dehors des caractéristiques décrites dans la plupart des rapports internationaux portant sur le sujet.

Le financement public de la R&D et de l'innovation : quelles conséquences sur la trajectoire et l'activité des petites entreprises du numérique et de la création ?

1. Les politiques publiques favorisent les industries de la communication au détriment des industries culturelles.

Les différents dispositifs de financement des filières du numérique et de la créativité semblent converger vers des objectifs similaires de promotion de l'innovation à des fins de compétitivité et de croissance économique. Cette stratégie s'apparente à une logique de « *convergence industrielle* », alors que Bouquillion (2016) souligne, que dans les industries culturelles :

> *« Les dispositifs réglementaires effectivement adoptés reposent sur une logique de segmentation des industries et non pas sur une logique de convergence industrielle* [314]»

Qu'il s'agisse du CIR, du CII, des plans de soutien aux industries créatives de BPI France, ou des initiatives régionales et ministérielles à destination des secteurs du numérique, de l'innovation, et de la création, les critères d'éligibilité tendent à valoriser le processus d'innovation plus que l'activité initiale de la structure dans les industries culturelles et créatives. Le développement de briques technologiques est très encouragé, y compris dans les secteurs de la culture et de la création. La stratégie des pouvoirs publics est orientée autour de la convergence industrielle et donne une place centrale aux processus d'innovation. La segmentation par filière étant même considérée, dans le cas des industries culturelles, comme un frein majeur à :

[313] Bouquillion P (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [En ligne], Vol. 4, n° 2
[314] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf consulté le 01/02/2022

> « *L'émergence de dynamiques culturelles puissantes, pouvant exercer un effet d'entraînement sur la cohésion sociale et la vitalité de l'économie locale, tient à l'absence de travail en réseau entre les différents secteurs de la culture, et à la segmentation entre les disciplines culturelles.*[315] »

La convergence entre filières et entre acteurs culturels et acteurs innovants s'opère via la valorisation de « *l'expérimentation* » sur les territoires, et la mise en réseau entre des acteurs issus des filières culturelles et des nouvelles technologies :

> « *Encourager l'émergence de pôles d'excellence dans les territoires, visant à rapprocher les entreprises culturelles des acteurs de l'innovation comme des publics, dans une dynamique fondée sur l'expérimentation et pouvant exercer un effet d'entraînement sur l'économie et la cohésion sociale des territoires concernés.*[316] »

Les enveloppes de financements alloués par le ministère de la culture et BPI France, notamment dans le cadre du plan « *Stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives : innovation et culture face aux défis des transitions numérique et écologique* » valorisent des projets immobiliers en faveur de :

> « *L'essor de lieux innovants (des tiers lieux ou des lieux culturels existants désireux d'engager des expérimentations innovantes) et l'implantation d'incubateurs d'innovation dans les établissements culturels* [317] »

Plusieurs éléments permettent d'expliquer la récente accélération du soutien public aux entreprises des industries culturelles s'engageant dans une démarche d'innovation et de développement technologique.

Les guichets publics souhaitent soutenir les entreprises françaises confrontées à une « *concurrence accrue* » des acteurs transnationaux, qui, au sein des filières des ICC participent à la précarisation des acteurs et « *verrouillent largement l'accès des utilisateurs aux œuvres en ligne* ». De plus, les pouvoirs publics se positionnent en soutien des acteurs français confrontés à la transition numérique « *prometteuse mais déstabilisante* [318] ». Pour cela, il n'est pas nécessairement question d'un soutien financier, mais davantage du développement et de la *« la structuration d'une offre de formation et d'accompagnement adaptée aux enjeux technologiques et aux besoins des acteurs de la filière est cruciale.*[319] »

Cette stratégie tient compte des spécificités potentielles des acteurs des ICC, considérés comme fragiles et en proie à d'importantes évolutions technologiques nécessaires à leur survie mais également sources d'incertitude et d'instabilité. Ce soutien à des filières fragiles et instables fait partie du discours idéologique construit par les pouvoirs publics et permettant de légitimer une intervention.

Or, du côté des pouvoirs publics, demeure un manque de clarté dans le discours sur le renouvellement technologique permanent, tantôt perçu comme une opportunité de croissance

---

[315] https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piecejointe/2021/09/dp_annonce_strategie_icc_28092021.pdf consulté le 01/02/2022

[316] Ibid.

[317] https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piecejointe/2021/09/dp_annonce_strategie_icc_28092021.pdf consulté le 01/02/2022

[318] Ibid.

[319] Ibid.

et tantôt comme une source d'instabilité dans des filières déjà fragiles. Néanmoins, tous les dispositifs de soutien évoqués, auxquels peuvent prétendre les petites entreprises du numérique et de la création, participent de la logique de convergence industrielle des différentes filières qui s'opère également au niveau des dispositifs fiscaux de financement. Ainsi, la mise en place en 2016 du « *crédit d'impôt spectacles vivants* » témoigne de la volonté des pouvoirs publics de soutenir le rapprochement entre numérique et industries culturelles :

> *« Le crédit d'impôt est réservé aux entreprises exerçant l'activité d'entrepreneur de spectacles vivants, au titre des dépenses de création, d'exploitation et de numérisation d'un spectacle vivant musical ou de variétés* [320]*»*

Il en va de même pour le « *crédit d'impôt théâtre* » qui soutient l'exploitation et la « *numérisation de représentations théâtrales d'œuvres dramatiques* [321]». L'avantage fiscal concerne des dépenses de production, de création et de réalisation engagées en France et s'applique aux spectacles et pièces de théâtre mobilisant un minimum de personnel (6 artistes sur le plateau pour le théâtre) et de représentations (comprendre au minimum 4 représentations dans au moins 3 lieux différents pour les spectacles éligibles). Contrairement au CIR, les dépenses éligibles aux crédits d'impôts théâtre et spectacles vivants sont plafonnées (*les rémunérations des artistes prises en compte pour le calcul du crédit d'impôt sont plafonnées à 5 fois le montant du salaire minimum conventionnel en vigueur* [322]), et les taux appliqués représentent 15% des dépenses éligibles (ce taux peut être porté à 30% pour des micros, petites et moyennes entreprises). La caisse des dépôts précise également que « *le montant des dépenses éligibles au crédit d'impôt théâtre est limité à 500.000 euros par spectacle, tandis que le crédit d'impôt est plafonné à 750.000 euros par entreprise et par exercice*. »
Contrairement aux petites entreprises agissant dans le numérique, et notamment les secteurs du jeu vidéo, du cinéma, de l'audiovisuel, il n'est pas possible pour les bénéficiaires des crédits d'impôt théâtre et spectacles vivants de cumuler les crédits d'impôts.
En termes de fonds publics alloués, le CIR possède l'enveloppe la plus importante parmi l'ensemble des dispositifs existants. Obtenir des informations précises concernant les enveloppes allouées aux autres crédits d'impôts théâtre et spectacles vivants n'est pas une démarche aisée, tant les rapports officiels se font rares, et la mesure récente. Créés par la loi de finances de 2021, les crédits d'impôts théâtre et spectacles vivants sont pensés dans le cadre de la reprise post crise sanitaire. L'étude approfondie des critères d'éligibilité des deux dispositifs questionne la stratégie visée. D'un côté, le caractère très spécifique de la création et de la production de spectacles et de pièces de théâtre semble être pris en compte par les pouvoirs publics.

---

[320] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/12957-PGP.html/identifiant%3DBOI-IS-RICI-10-47-20210609 consulté le 01/02/2022

[321] https://www.weblex.fr/weblex-actualite/2021-les-nouvelles-mesures-fiscales-pour-le-secteur-de-la-culture#:~:text=La%20Loi%20de%20Finances%20pour%202021%20pr%C3%A9cise%20%C3%A9galement%20que%20le,concerne%20les%20%C5%93uvres%20audiovisuelles%20documentaires. Consulté le 01/02/2022

[322] https://www.weblex.fr/weblex-actualite/2021-les-nouvelles-mesures-fiscales-pour-le-secteur-de-la-culture#:~:text=La%20Loi%20de%20Finances%20pour%202021%20pr%C3%A9cise%20%C3%A9galement%20que%20le,concerne%20les%20%C5%93uvres%20audiovisuelles%20documentaires. Consulté le 02/02/2022

Les représentations doivent porter sur un spectacle présentant les caractéristiques suivantes :

- *« Présenter des coûts de création majoritairement engagés sur le territoire français ;*
- *Constituer la première exploitation d'un spectacle caractérisé par une mise en scène et une scénographie nouvelle et qui n'a encore donné lieu à aucune représentation publique.*
- *Être interprété par une équipe d'artistes composée à 90 % au moins de professionnels ;*
- *Disposer d'au moins six artistes au plateau ;*
- *Être programmé pour plus de vingt dates sur une période de douze mois consécutifs dans au moins deux lieux différents.* [323]*»*

Il semble ainsi exister une stratégie de soutien des programmes et des œuvres créés en France, et interprétées par un minimum d'artistes sur plusieurs dates. La prise en compte des spécificités de la production de spectacles confirme une volonté de segmentation des filières culturelles.

Et, d'un autre côté, la prise en compte des dépenses de numérisation, au même titre que des dépenses de création et d'exploitation traduit également la pénétration d'enjeux liés aux nouvelles technologies dans des activités culturelles. Dans le cas des crédits d'impôts théâtre et spectacles vivants, c'est le ministère chargé de la culture qui est responsable du traitement des demandes de remboursement des créances et de l'attribution des agréments confirmant l'éligibilité aux dispositifs fiscaux de financement des secteurs culturels.

Comme cela a été précédemment évoqué, du côté des politiques fiscales en faveur du financement de l'innovation et de la R&D, il existe une plus grande pluralité d'acteurs publics et une plus importante plasticité des dispositifs de soutien. Françoise Benhamou (2015) souligne les spécificités du cas français, dont « *l'écosystème d'innovation* » est le fruit de collaborations entre différents acteurs avec un maillage complexe :

> *« La France a mis en place de nombreux organismes de soutien et dispositifs alliant conseil (aide à la définition d'une stratégie d'innovation) et financement de l'innovation (avances remboursables, subventions), aide au transfert de technologie, dispositifs originaux de collaboration public-privé (thèses CIFRE, Convention Industrielle de Formation par la Recherche en Entreprise), soutien logistique via des incubateurs.*[324] *»*

La multiplicité et la plasticité des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D, dont le CIR, interroge la place des acteurs, notamment de petite taille du numérique et de la création, dans le système public de financement. Les critères d'éligibilité aux différents dispositifs de soutien, ainsi que les rapports officiels et les commissions en charge de la mesure de l'efficacité des politiques publiques ne tiennent que compte des spécificités potentielles de ces petites entreprises.

Or, pour des auteurs comme Chantepie (2010), les transformations liées au numérique participent d'une modification :

---

[323] Le crédit d'impôt en faveur des représentations théâtrales d'œuvres dramatiques (Art. 220 sexdecies du code général des impôts) consulté le 02/02/2021

[324] https://www.lesrencontreseconomiques.fr/2015/wpcontent/uploads/sites/3/2015/06/2015benhamou.pdf Consulté le 02/02/2021

> « *En profondeur* (du) *rapport des forces entre les industries culturelles et de communication, et les industries dites « connexes » qui en constituent l'aval technique* [325]».

Malgré des disparités liées aux spécificités des filières (la télévision, la radio, les jeux-vidéos notamment auraient réalisé une plus rapide et plus aisée transition numérique que les secteurs de l'édition), cet auteur considère que :

> *« C'est bien l'ensemble du secteur des industries culturelles et de la communication qui est ainsi bousculé dans ses stratégies industrielles, financières et commerciales par le numérique et par la puissance acquise par le secteur des technologies numériques.* [326]»

Du côté des petites entreprises qui engagent des dépenses liées à des projets de développement et à des briques de renouvellements technologiques qui ont une activité dans une des filières des industries culturelles que j'ai étudiées, semble se dessiner une adaptation de l'ensemble des activités aux enjeux des technologies numériques et au renouvellement permanent de la R&D. Cela se traduisant, notamment, par l'éligibilité quasi-systématique des petites entreprises aux dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation et à la R&D. Pour Chantepie (2010) toujours, l'impact des nouvelles technologiques sur les filières des ICC est tel, qu'il a conduit à d'importantes évolutions économiques, financières et à la mise en place de :

> « *Stratégies des firmes de chaque catégorie de secteur industriel, en remettant en cause les modèles économiques traditionnels des industries culturelles.* [327]»

Dès lors se construit l'hypothèse déjà largement étudiée en SIC, d'une modification des modèles socio-économiques à l'œuvre dans les industries culturelles et créatives liée au numérique et aux nouvelles technologies. Les 60 structures qui composent le terrain de cette recherche bénéficient des avantages fiscaux liés aux différents dispositifs de soutien à l'innovation et à la créativité et ont toutes été créées après 2004. A l'apparition des TIC vers la fin des années 1990, les politiques publiques ne proposent pas encore de stratégies unifiées en vue de soutenir les différentes filières, dont celles des industries culturelles, traversées par de nouveaux enjeux. Pour Bouquillion (2016),

> *« Le Programme d'action (PAGSI) présenté par le gouvernement en janvier 1998, illustre cet état de fait. La cohérence entre ces registres d'action n'est pas pensée et les Tic ne forment donc pas une catégorie en soi de l'action publique. Les modalités d'organisation de l'action publique sont, de fait, « sectorialisées »* [328]»

L'élargissement des critères d'éligibilité du CIR et la sacralisation du dispositif vont dans le sens d'une stratégie de convergence de l'action publiques vers les nouvelles technologies de l'information-communication. C'est dans ce mouvement que s'opère le développement de nouveaux projets technologiques au sein des petites entreprises des industries de la culture, de la communication et créatives.

---

[325] Chantepie, P. (2010), « Révolution (s) numérique (s) des industries culturelles ». In Annales des Mines-Réalités industrielles (No. 4, pp. 34-41)
[326] Ibid.
[327] Ibid.
[328] https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf consulté le 02/02/2022

Si, dans certains cas, les petites entreprises concentrent leur activité et leurs investissements dans le développement de briques d'innovation, dans d'autres cas ce sont les enjeux du financement de l'activité qui poussent les structures à investir dans des briques de R&D. Ces évolutions des modèles économiques induites par les nouvelles technologies sont donc tout autant liées aux stratégies de financement de l'activité qu'à la nécessité d'un renouvellement permanent de la technologie. Benghozi et Chantepie (2017), soulignent que dans les industries culturelles, seule la filière du jeu vidéo s'inscrirait dans une démarche visible et assumée de R&D :

> *« La singularité de la chaîne de valeur de l'industrie des jeux vidéo » qui « réside dans la dimension claire et centrale qu'occupent la technologie et la R&D qui, au contraire, dans les autres industries culturelles restent souvent cachées.*[329] *»*

Ces auteurs utilisent l'expression de « *dynamique innovatrice continue* » pour évoquer la place grandissante des nouvelles technologies, et d'en un même temps des projets de R&D, au sein des filières des industries de la culture et de la communication. Cependant, la trajectoire des 60 petites entreprises de mon terrain et les modalités de financement qu'elles mettent en place démontrent que la pénétration des enjeux liés aux nouvelles technologies ne concerne pas que la filière du jeu vidéo. Selon Benghozi et Salvador (2015), les travaux de R&D et l'innovation technologique menés dans les filières des industries culturelles et créatives posséderaient certaines spécificités. Il y aurait notamment un paradoxe : la création artistique serait davantage valorisée et mise en avant que le développement technologique :

> *« Négligent cependant une question importante : les caractéristiques de la gestion de la R&D et la manière dont s'opèrent les innovations technologiques. En général, dans les industries créatives, l'innovation est considérée à partir d'un point de vue unique : la création des œuvres, les modalités de production des contenus et les inventions artistiques. De manière paradoxale, les innovations s'appuyant sur la technologie y sont masquées : les acteurs de la culture n'y pensent jamais et ne les envisagent que pouvant venir d'acteurs extérieurs. Cette technologie joue pourtant un rôle déterminant dans la structuration actuelle de secteurs culturels comme l'édition.*[330] *»*

Néanmoins, dès lors que l'on appréhende cette question et ce paradoxe sous l'angle du financement, la situation semble s'inverser. Les travaux de R&D et la démarche d'innovation permettent d'accéder à des financements publics et à créer de la valeur auprès d'investisseurs privés. Du point de vue des financements, ce sont les développements technologiques qui ouvrent l'accès aux dispositifs les plus avantageux (CIR, CII, subventions, aides BPI France etc.). Plusieurs éléments issus de nos 7 trajectoires permettent de corroborer la thèse du rôle grandissant du renouvellement technologique et des projets de recherche dans l'évolution des petites entreprises des ICC. Pour Verdugo (2017), les dispositifs de soutien soutiennent les secteurs des industries culturelles et créatives marqués par des « *transformations numériques de pointe* », davantage que sur les activités culturelles et artistiques peu confrontées au renouvellement technologique, et de fait, considérées comme moins compétitives à l'échelle nationale :

---

[329] https://www.researchgate.net/profile/ElisaSalvador/publication/326059171_Book_review_of_the_booknote_de_lecture_de_l'ouvrage_Jeux_video_l'industrie_culturelle_du_XXIe_siecle/links/5b35dfaf4585150d23e09ac5/Book-review-of-the-book-note-de-lecture-de-louvrage-Jeux-video-lindustrie-culturelle-du-XXIe-siecle.pdf consulté le 24/11/2021

[330] https://www.researchgate.net/publication/276055504_La_RD_dans_les_industries_culturelles_et_creatives_le_cas_de_l'edition Consulté le 21/07/2021

> *« L'accent mis sur les secteurs créatifs de pointe (TIC, médias, R&D, design, jeux vidéo, entres autres), montre que les politiques soutenant les industries créatives sont moins axées sur les secteurs culturels et artistiques dits « centraux » et visent surtout la création d'industries et de marchés dans une économie axée de plus en plus sur l'information et les produits numériques.*[331]*»*

La thèse selon laquelle les dispositifs de soutien à la R&D participent de la convergence entre les NTIC et les industries de la culture se vérifie à l'échelle des petites entreprises ici étudiées. Pour appréhender la stratégie de convergence industrielle à l'œuvre, Le Corf (2013) explique que les dispositifs publics en faveur de l'innovation sont largement influencés par :

> *« Le concept de* cluster *et ses déclinaisons (« grappes d'entreprises », « districts industriels », « systèmes productifs locaux », « pôles de compétitivité », etc.)* [332]*»* qui *« rencontrent un succès important auprès des décideurs territoriaux. »*

Toujours selon Le Corf (2013), les actions publiques poussant au renouvellement technologique permanent seraient issues de la théorie de Schumpeter sur la croissance économique, ainsi que des discours émanant des promoteurs de « *l'économie créative* » :

> *« Inspirés d'une théorie schumpétérienne de l'innovation, ils défendent l'idée que l'innovation, qui aurait ici une dimension « créative » et qu'il s'agirait de renouveler en permanence, participe à la croissance et à l'économie territoriales. De surcroît, pour eux, la diffusion d'un esprit d'entreprenariat à destination de ces « travailleurs créatifs » serait une condition de l'innovation au sein du territoire, dans ces secteurs et plus largement dans le reste de l'économie.* [333]»

Dans les dispositifs de financement qu'elle met en place, la Région Bretagne (via la banque publique d'investissement) est représentative de ces stratégies de soutien à destination des TPE et des PME conçues en faveur d'un renouvellement de l'attractivité du territoire pour et par l'innovation. Ainsi, le programme *Inno R&D* porté par la région ambitionne de « *Renforcer la compétitivité des entreprises bretonnes en aidant l'intégration de nouvelles technologies dans les PME* [334]» Au travers d'un accompagnement mixant subventions et avances remboursables, la région, en échange d'une exposition du partenariat par l'entreprise accompagnée, soutien les TPE et PME proposant un projet de « *Recherche et développement de produits, services ou procédés innovants dans une démarche de sobriété* [335] ».
Dans le cas de ce programme d'aide, la dimension innovante n'est pas nécessairement liée à un développement technologique ou technique. Il s'agit, dès lors, de financer des projets d'entreprises ayant un impact sur le territoire. Tant au niveau de l'amélioration de l'alimentation, que d'une démarche écologique, ou dans le cadre de l'amélioration des mobilités. L'innovation peut prendre trois formes :

- *« Innovation par le Design : réalisation de nouveaux produits dont le développement intégrera le Design (l'innovation par le Design doit conférer une nouvelle*

[331] Verdugo F. (2017), « Industries créatives, diversité et politiques culturelles », Revue Interventions économiques
[332] Le Corf, J. (2013), « Industries créatives » et « économie créative » : de la conception de notions opératoires au référentiel d'action publique locale . Communication & langages, 175, 79-93.
[333] Ibid.
[334] https://www.bretagne.bzh/aides/fiches/inno-rd-2/ consulté le 19/07/2021
[335] Ibid.

fonctionnalité au produit ou générer une modification du process de production de la PME)

- *Innovation Organisationnelle : Projet d'évolution de l'organisation globale de l'entreprise, nécessairement inscrite dans une démarche RSE (nouvelles méthodes de travail, travail à distance…)*
- *Innovation d'usage : projet d'innovation basée sur l'usage de nouvelles technologies « sobres » ou low-tech* [336]*. »*

Cette définition des caractéristiques de l'innovation, ne correspond pas à celle définie dans le manuel d'Oslo faisant foi dans le crédit d'impôt innovation (CII). Le Manuel définit quatre types d'innovation « *les innovations de produit, les innovations de procédé, les innovations de commercialisation et les innovations d'organisation.* » La pluralité et la plasticité des définitions de l'innovation, au même titre que celles de la création et de la créativité, répondent d'enjeux sociaux, économiques, culturels, voire politiques. En témoigne le rapport de 2020 commandé par ministère de la Culture pour définir « *une stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives*[337] ». Ce rapport souligne l'importance de l'adaptation :

> *« De la filière à la transformation numérique pour amorcer un cercle vertueux, porteur d'innovation, créateur d'emplois et de valeur et outil de souveraineté* [338] »

Pour répondre aux difficultés rencontrées par les acteurs des ICC dans leur accès au financement, il serait préférable d'accroître le soutien public à :

> « *L'investissement dans l'innovation et la R&D, qu'il s'agisse d'inventer de nouvelles offres culturelles (…) de les rendre plus visibles ou de mieux les monétiser* [339] ».

Pour Bouquillion (2010), ces mouvements correspondent à une montée en puissance du thème des industries créatives dans les programmes de soutien nationaux, locaux et régionaux :

> « *La montée de la thématique des industries créatives dans les classements internationaux des pays et plus seulement des territoires locaux et régionaux » et qui peut expliquer en partie « le souci des Etats de montrer leur présence et ce d'autant que l'Union européenne prend également des initiatives dans le domaine*.[340] »

Dans un objectif de compétitivité et de développement économique, le financement de la recherche et de l'innovation représente, comme le souligne la Cour des comptes dans un rapport de 2013, « *un investissement public particulier*[341]». La particularité repose en partie sur le fait que les politiques publiques visant à soutenir l'effort de recherche publique ou privée sont au carrefour du droit, de la fiscalité, des finances publiques et de la science. En témoignent le nombre et la variété des acteurs amenés à intervenir dans le cadre d'une procédure de

---

[336] Ibid 195.

[337] [h]ttps://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles/Dossiers-thematiques/Consultation-publique-pour-une-strategie-d-acceleration-des-industries-culturelles-et-creatives Consulté le 19/11/2021

[338] Ibid 198.

[339] Ibid.

[340] Bouquillion P. (2010) « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

[341] Cour des Comptes, Rapport public thématique : Le financement public de la recherche, un enjeu national, juin 2013, p.11

remboursement de crédit d'impôt recherche. Ainsi, les services de l'administration fiscale via le SIE (Service Impôts des Entreprises), la DDFIP (Direction Départementale des Finances Publiques), sont amenés à concerter la DRRT (délégué régional à la recherche et à la technologie) et à interroger la DIRECCTE sur la « *nature innovante des travaux qui pourraient être inclus dans l'assiette du crédit d'impôt*[342] » ou le MESRI (ministère français de l'enseignement supérieur, de la Recherche et de l'innovation) pour « *apprécier la nature scientifique et technique des travaux de l'entreprise.* ».
Le CIR « *se situe [...] à l'intersection de deux univers, le financier et le scientifique, d'ordinaire peu accoutumés à travailler ensemble et qui vont impérativement devoir collaborer*[343] » afin d'atteindre les objectifs ambitieux de souveraineté nationale sur le développement de l'innovation, et ce, y compris dans les industries culturelles et créatives.

Quelle place pour les petites entreprises du numérique et de la création dans les stratégies publiques de soutien à la R&D et à l'innovation ?

Plusieurs auteurs, dont Bouquillion et Le Corf (2010), ont souligné les spécificités des activités créatives en lien avec les dispositifs « traditionnels » de financement :

> « *Elles souffriraient d'un sous-financement chronique et ne seraient guère éligibles aux dispositifs existants d'aides publiques destinés à favoriser l'innovation. Nombre d'entreprises seraient de petite, voire, de très petite taille, positionnées sur des activités à haut risque car le cœur de leur activité est souvent moins une technologie nouvelle qu'un projet économique innovant* [344]»

Les difficultés à se financer reposent sur deux éléments majeurs : la taille des entreprises et l'activité de celles-ci. Rebillard et Smyrnaios (2010), ont résumé les modalités de financement des acteurs de l'information en ligne. Plusieurs petites et moyennes entreprises de mon panel appliquent ces modes de financement,

> *« La gratuité de la consommation est donc le plus souvent la règle – parfois aménagée dans un modèle mixte de* Freemium *(site gratuit à l'exception de quelques contenus exclusifs payants) – et le financement des sites s'effectue encore très majoritairement de façon indirecte (voir notamment Beuscart, Dacheux, Mellet, 2008 pour une description des formules les plus récentes) : vente d'espaces aux annonceurs (bannières publicitaires, liens sponsorisés), intermédiation commerciale (place de marché), revente de fichiers clients (données sur les parcours et profils des internautes issues du* data mining*), intégration au sein d'un groupe industriel (image de marque ou afflux de visiteurs sur les autres sites du groupe).*[345] »

Les entreprises de la première trajectoire étudiées dans cette thèse (celles qui ne lèvent jamais de fonds), sont des petites voire très petites entreprises. De plus, les entreprises agissant dans les industries culturelles et n'ayant pas d'activité de R&D et/ ou d'innovation rencontrent

---

[342] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79473/www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79473/cir-procedures-de-securisation.html
[343] Boucher D. (2011), « Le crédit d'impôt recherche » LexisNexis, Coll. Litec fiscal
[344] Ibid 206.
[345] Rebillard, F. & Smyrnaios, N. (2010), « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne: Les cas de google, wikio et paperblog ». *Réseaux*, 160-161, 163-194. https://doi.org/10.3917/res.160.0163

d'importantes difficultés à obtenir des fonds publics pour se développer. Le ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche a publié, en 2014, une étude sur les bénéficiaires du CIR sur l'exercice 2013. Les résultats montrent que les secteurs de l'informatique et de la pharmacie bénéficient d'environ les deux tiers des créances de R&D disponibles. En termes de volume, les principaux bénéficiaires sont des acteurs industriels et des groupes de grandes tailles. Les TPE et PME qui représentent « *presque 90 % des bénéficiaires, profitent de moins de 20 % des crédits d'impôt* [346]» Des études plus récentes montrent qu'en 2018, le crédit d'impôt octroyé au titre de la recherche bénéficie majoritairement aux entreprises des industries manufacturières (61 %). Ce sont d'abord les entreprises du secteur « Industrie électrique et électronique » qui constituent la créance recherche (14,5 %), puis celles du secteur « Pharmacie, parfumerie et entretien » (11 %). Viennent ensuite, les entreprises des secteurs « Industrie automobile » (7,5 %), « Construction navale, l'aéronautique et le ferroviaire » (6,5 %) et « Chimie, caoutchouc, plastiques » (5,5 %). Enfin, 36,5 % de la créance recherche concernent les entreprises de services, principalement les entreprises de « Conseil et d'assistance en informatique » (14 %)[13].
(*CF Annexe 22 : Tableau du MESRI concernant la répartition du CIR selon le secteur d'activité en 2018*)

Belin et Guille (2008), notent que certaines structures agissant dans les secteurs de la défense, souffrent d'un très fort endettement lié aux investissements permanents réalisés en R&D :

> « *Leur activité d'innovation et de R&D les conduit donc à s'endetter davantage que les grands groupes. Plus que d'une dépendance aux financements publics, elles risquent de souffrir d'une fragilité financière plus classique caractérisée par un taux d'endettement élevé et de contraintes financières qui peuvent les forcer à renoncer à des projets innovants.* [347] »

Des logiques similaires ont pu être observées dans le cas des petites entreprises des industries de la culture et de la communication. Si les différents dispositifs d'aides aux entreprises permettent une réduction significative des coûts de production, des coûts de fonctionnement et des dépenses de personnel, semble tout de même exister un risque de dépendance pour les petites entreprises en plein développement :

> « *Les soutiens publics en France foisonnent et contribuent pour certains à abaisser le coût du capital. Cependant, on leur reproche d'être inefficaces au sens où ils créent un effet d'aubaine qui risque de favoriser l'émergence d'entreprises non viables sur le long terme, maintenues artificiellement sous perfusion.* [348]»

Kouamé (2012) souligne l'importance du nombre de projets « non créateurs de valeur » rapporté au nombre d'entreprises bénéficiaires des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D :

> « *Un grand nombre de JEI ont levé des fonds de capital-risque, essentiellement d'origine publique. Ceci dénote le rôle que l'État s'est assigné en dépassant la logique*

---

[346] https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/09/06/qui-profite-du-credit-d-impot-recherche_4993109_4355770.html consulté le 02/02/2022

[347] Belin, *J.* & Guille, *M.* (2008), « R&D et innovation en France : quel financement pour les entreprises de la Défense ? » *I*nnovations, 28, 33-59. https://doi.org/10.3917/inno.028.0033

[348] Saty Kouame, D. (2012), « Le financement, levier de performance des Jeunes Entreprises Innovantes ». Entreprendre & Innover, 16, 7-17. https://doi.org/10.3917/entin.016.0007

d'incitation fiscale, mais remet en question ses compétences réelles en la matière puisque les JEI financées principalement par du CR public ont une croissance faible par rapport à ce qu'on est en droit d'attendre d'entreprises financées par du CR.[349] »

Dans cette conception du financement public des jeunes entreprises « *innovantes* » au sens du statut fiscal, les dispositifs de soutien doivent accompagner la croissance des entreprises bénéficiaires. D'après les données collectées sur le développement des petites entreprises du numérique et de la création, la corrélation entre le CIR et la croissance n'est pas systématique, voire, dans le cas des entreprises de la trajectoire 1, totalement inopérante. Dans les rapports publics portant sur l'efficacité des aides à l'innovation, les projets soutenus doivent avoir un impact sur trois niveaux : contenir une portée scientifique et technologique, répondre à un défi de société, et avoir un succès commercial.

« avoir une portée technologique et scientifique (les grands défis doivent s'attaquer à des verrous technologiques et des champs peu explorés jusqu'ici) - présenter un enjeu sociétal (les grands défis doivent répondre aux attentes des concitoyens en termes de santé, sécurité, mobilité et de développement durable) - offrir des perspectives de débouchés commerciaux (les grands défis doivent être conçus dans une optique de mise sur le marché d'un produit ou service innovant, en prouvant la faisabilité technico-économique du projet) - s'appuyer sur l'existence d'un vivier d'excellence d'entreprises et de laboratoires français (les grands défis doivent s'appuyer sur les avantages comparatifs de l'offre française). [350]»

Or, dans les cas des 60 petites entreprises étudiées, le CIR et le CII permettent essentiellement de financer le renouvellement technologique et le maintien/ la création d'emplois. Plusieurs responsables d'investissements ont confirmé, lors des entretiens semi-directifs menés, que l'un des critères principaux pour séduire les fonds d'investissements repose sur la capacité des projets technologiques à déboucher sur des opportunités commerciales. Les petites entreprises du numérique et de la création ont tendance à mobiliser les créances disponibles afin de financer des investissements humains et matériels pour mener à bien leurs projets de R&D et/ ou d'innovation. Ces investissements sont réalisés dans le but de rester compétitifs dans des filières parfois très concurrentielles, notamment celles où le renouvellement technologique est permanent, mais également dans le but de valoriser un positionnement innovant auprès des tiers (clients, partenaires, mais également investisseurs potentiels).

Indépendance du projet d'entreprise ou dépendance à l'égard des aides fiscales à l'innovation et de la R&D ?

Les difficultés à financer son développement par le circuit bancaire, ainsi que la nécessité de renouveler en permanence les projets de développement technologique participent du risque auquel sont exposées les petites entreprises du numérique et de la création. Le manque de certitude quant à la réussite commerciale du produit ou du service développé par les petites entreprises peut expliquer l'importance du CIR et du CII dans le plan de financement de certaines structures. Les bilans comptables et liasses fiscales de plusieurs structures de la trajectoire 1 ont permis d'appréhender le rôle central de la R&D et de son financement dans l'existence de certaines entreprises. La question du risque de dépendance financière à un dispositif de soutien public n'est jamais évoquée en tant que tel dans les rapports officiels, ni

[349] Ibid.
[350] https://www.vie-publique.fr/rapport/37560-les-aides-linnovation Consulté le 29/11/2021

dans les recherches scientifiques. Néanmoins, la notion « *d'indépendance* » construite dans les rapports officiels occupe une place centrale dans les critères d'éligibilité de plusieurs dispositifs de soutien à la R&D et à l'innovation. Cela est notamment le cas dans les conditions d'éligibilité au statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante (JEI) dans lesquelles l'indépendance s'apprécie en fonction de la structure du capital de la jeune entreprise. La notion « d'indépendance » renvoi à la structure du capital de la jeune entreprise, qui doit être détenu pour « 50 % au minimum par :

> « *des personnes physiques, une ou plusieurs autres JEI dont 50 % du capital au moins est détenu par des personnes physiques, des associations ou fondations reconnues d'utilité publique à caractère scientifique, des établissements de recherche et d'enseignement et leurs filiales, des structures d'investissement sous réserve qu'il n'y ait pas de lien de dépendance telles que des fonds communs de placement dans l'innovation (FCPI), sociétés de capital-risque, fonds d'investissement de proximité (FIP), sociétés de développement régional (SDR), sociétés financières d'innovation (SFI), sociétés unipersonnelles d'investissements à risques (SUIR).* [351]»

Si, dans le cas des dispositifs fiscaux, la notion d'indépendance renvoie à la structure capitalistique de la société, elle est également, dans certains cas, liée à une conception idéalisée de l'entrepreneuriat. Comme en témoigne les résultats de l'enquête menée en 2019 sur « *l'évaluation du dispositif Jeune Entreprise Innovante* », disponibles dans le tableau ci-dessous. La volonté d'accéder à l'indépendance est évoquée comme la troisième raison principale de la motivation des fondateurs de petites entreprises.

	JEI	Non JEI	
		Bénéficiaires RDI	Secteurs
Principales motivations évoquées pour créer son entreprise			
Idée nouvelle de produit ou de marché	66	47	22
Goût d'entreprendre	66	60	47
Être indépendant	46	44	57
Opportunité de création	21	26	21
Exemples réussis de création dans l'entourage	6	8	8
Sans emploi, choix de créer	12	14	21
Sans emploi, contraint de créer	2	2	5
Seule possibilité pour exercer sa profession	3	4	7
Objectifs du porteur de projet			
Envisage d'être à son compte de façon durable (plus de 5 ans)	91	92	82
Objectif principal :			
Plutôt développer fortement son entreprise (emploi et investissement)	83	71	33
Plutôt assurer son emploi	17	29	67
Nombre d'entreprises	311	809	9 992

Tableau disponible ici : *https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf*

[351] https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/aides-a-creation-a-reprise-dentreprise/aides-a-linnovation/jei-jeune-entreprise Consulté le 06/09/2021

Cependant, avec les données collectées il semble délicat de démontrer un lien de dépendance des petites entreprises à l'égard des dispositifs de soutien public à l'innovation et à la R&D. Les rapports officiels portant sur le dispositif n'évoquent pas le risque de la dépendance pour les entreprises mais certains considèrent qu'au niveau de la trajectoire des entreprises un des indicateurs de l'importance du CIR se calcule au travers de la marge extensive :

> *« Ces évaluations doivent être approfondies et confirmées par d'autres études mobilisant de nouvelles données et permettre en particulier de prendre en compte l'effet du CIR via la marge extensive.* [352]*»*

Néanmoins, peu d'études s'intéressent aux effets du dispositif sur la trajectoire des petites entreprises, comme le confirment Lopez et Mairesse (2018). Cela s'explique notamment par les méthodes de calculs utilisées dans la mesure de l'investissement en R&D des grandes entreprises qui n'est pas opérante dans le cas des petites entreprises :

> *« L'enquête CIS vise à enquêter les entreprises de 250 employés et plus de façon exhaustive, alors que pour les entreprises moins grandes une méthode d'échantillonnage stratifiée est utilisée, les entreprises de moins de 10 employés n'étant pas enquêtées. Les petites entreprises ont donc peu de chance d'être enquêtées lors de plusieurs vagues d'enquêtes successives, ce qui est nécessaire pour notre analyse dynamique.* [353]*»*

Un des seuls résultats statistiques disponibles ne traduit pas le risque d'une dépendance des petites entreprises à l'égard du CIR identifié dans la trajectoire 1 de mon terrain de recherche :

> *« Il semble aussi que l'investissement en R&D et la probabilité d'innover soient plus sensibles au coût d'usage du capital R&D et donc au CIR pour les petites entreprises, mais inversement l'innovation semble d'autant plus importante pour la productivité que l'entreprise est grande. Les effets du CIR sur la productivité des entreprises seraient équivalents pour les petites et moyennes entreprises, mais plus importants pour les grandes entreprises (plus de 1,500 employés).*[354] *»*

L'étude souligne tout de même l'importance du CIR dans les investissements en R&D des petites entreprises :

> *« Nous pouvons donc constater que les petites entreprises peuvent bénéficier plus du CIR en termes d'effets sur leurs investissements en R&D, mais les grandes entreprises en bénéficient plus en termes d'impact sur leur productivité.*[355] *»*

Il est également souligné dans ce rapport de 2018 que la mesure de l'efficacité du dispositif ne doit pas être réalisée à des niveaux similaires pour des TPE, PME, ETI et grandes entreprises :

---

[352]https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/lopez_et_mairesse_rapport_final_14122018.pdf
[353] Ibid.
[354] Ibid.
[355] Ibid.

« Toutefois, il faut prendre ce résultat avec précaution : seul l'effet du CIR via la marge intensive est pris en compte, or il est possible que l'effet du CIR via la marge extensive soit plus fort pour les petites entreprises si leurs difficultés de financement de la R&D sont plus fortes.[356] *»*

De mon côté, la constitution des trajectoires a permis de rendre compte de l'importance du dispositif pour les petites entreprises qui ne lèvent pas de fonds. Le CIR favorise le maintien de l'emploi et participe au financement de projets de R&D dans les filières des industries de la culture et de la communication, et ce, sans sanctionner les structures qui ne parviendraient jamais à obtenir des débouchés commerciaux pour leur produit ou service. Le CIR, dans sa conception initiale confortée par les différentes réformes, a pour objectif d'améliorer l'innovation et la compétitivité des entreprises. Dans le cas des structures de petites tailles, et notamment celles qui agissent dans les ICC, les bénéficiaires participent du développement de projets d'innovation et de recherche même si cela ne se traduit pas nécessairement et de manière systématique par la mise sur le marché d'une solution.
Le dispositif permet également, par le financement du renouvellement technologique, à tous les bénéficiaires, y compris de très petite taille, de rester « compétitifs » au sens de :

« L'aptitude pour une entreprise, un secteur d'activité ou l'ensemble des acteurs économiques d'un pays à faire face à la concurrence [357] *»*

Cependant, certains experts et chercheurs soulignent la présence « d'effets d'aubaine » dans la mise en place des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D, et notamment du côté des petites entreprises éligibles au CIR. Cet « effet d'aubaine » se matérialise, notamment, dans le cadre des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D lorsque :

« La personne embauchée sur un emploi subventionné aurait été elle-même embauchée en l'absence de toute subvention [358]»

Les petites entreprises de notre terrain appartenant à la trajectoire 1 contredisent l'existence de ces effets d'aubaine. D'après l'analyse des chiffres d'affaires ainsi que des montants de CIR et de CII alloués, leur développement est largement corrélé à l'obtention des financements publics, elles n'auraient certainement pas eu les moyens d'investir dans l'embauche de salariés, et notamment de chercheurs, sans avoir bénéficié du CIR et du CII.
La définition issue de la direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques (DARES) du ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion social stipule également que la probabilité d'un effet d'aubaine augmente :

«1) quand la productivité supposée d'un salarié est haute ;
2) ou quand la productivité requise par le poste est faible. »

Comme évoqué précédemment, les résultats de mon enquête de terrain montrent que le CIR et le statut JEI ne favorisent pas l'embauche de doctorants en contrat CIFRE, ni celles des docteurs au sein des petites entreprises des ICC. Cela peut être expliqué en partie par le fait que ces dispositifs soient moins courants dans les ICC que dans d'autres secteurs d'activité, notamment les sciences du vivant ou les sciences de l'ingénieur. Les rapports officiels portant sur l'efficacité du dispositif soulignent néanmoins, et malgré la présence de potentiels effets

[356] Ibid.
[357] https://www.economie.gouv.fr/facileco/competitivite consulté le 02/02/2021
[358] https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/pdf/139_moczall.pdf consulté le 29/11/2021

d'aubaine, l'efficacité du CIR sur l'emploi des petites entreprises, le dépôt de brevets, et les gains de productivité :

> *« Au total, ces études concluent globalement à un effet positif du CIR sur la croissance des dépenses de recherche et développement (R & D) des entreprises et, bien que de manière moins prononcée, sur leur personnel de R & D, l'emploi des jeunes docteurs, ainsi que sur la propension des entreprises à déposer des brevets et sur leurs gains de productivité.*[359] *»*

En effet, dans une étude de 2019 menée par le MESRI (ministère de l'Enseignement Supérieur) et la DGESIP (direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle) sur le financement des doctorants inscrits en première année de thèse[360], les doctorants en contrat Cifre ne représentent que 9.8% des financements en 2019-2020. Soit environ 1500 contrats par an. Les disciplines liées aux sciences pour l'ingénieur et STIC (sciences technologies pour l'information communication) restent majoritaires dans la proportion des thèses Cifre acceptées en 2020 (STIC : 25 %/ Science pour l'ingénieur : 17 %/ Sciences de l'Homme : 16 % des thèses Cifre acceptées[361]). De plus, d'après les dernières estimations, les secteurs d'activité bénéficiant du dispositif Cifre sont :

- *Service R&D et ingénierie : 23 %*
- *Electronique communication et informatique : 21 %*
- *Services tertiaires : 15 %*
- *Finance et juridique : 13 %* [362]

Une étude de 2020 portant sur les contrats Cifre souligne le nombre important de doctorants en informatique et TIC bénéficiant du dispositif. En 2020, on assiste ainsi à une concentration forte des sciences dites « STEM », comme décrite dans le graphique ci-dessous.

> *« Il semblerait que le caractère industriel de la recherche présent aux origines du dispositif ne soit plus aussi prégnant, comme en témoigne la proportion non-négligeable des sciences humaines et sociales, qui correspondent à des thèses en droit, sociologie, urbanisme, sciences économiques ou encore démographie.*[363] *»*

De plus, mon étude montre que la taille des entreprises a davantage d'influence sur l'utilisation du dispositif que le secteur d'activité. Les entreprises faisant de la R&D dans les secteurs du numérique correspondent aux critères d'éligibilité du dispositif Cifre. Or, elles sont petites et ne présentent pas des garanties suffisantes de pérennité pour l'ANRT (Association Nationale de la Recherche et de la Technologie) en charge de l'attribution des conventions Cifre.

Le financement des ICC et de l'innovation dans les autres pays de l'Union européenne

---

[359] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-cnepi-avis-impact-cir-06032019-final-web.pdf consulté le 29/11/2021

[360] https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T744/le_doctorat_et_les_docteurs/ Consulté le 30/11/2021

[361] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/les-cifre-46510 Consulté le 30/11/2021

[362] Ibid 219.

[363] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-cifre-rapport-final-octobre-2020.pdf Consulté le 30/11/2021

Dans une étude des rapports officiels internationaux portant sur *Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens*, Bouquillion et Le Corf (2010) soulignent des mesures spécifiques d'accompagnement aux secteurs des industries créatives. Les politiques publiques en faveur des industries créatives traduisent des visions parfois différentes de l'accompagnement des filières par les pouvoirs publics.
Ainsi, il existe aux Pays Bas,

> *« Différentes mesures relatives aux conditions financières du secteur créatif sont évoquées, par exemple la création de sources financières alternatives pour les arts et le patrimoine culturel* [364]*».*

Au Royaume-Uni, les rapports officiels sur le sujet soulignent, quant à eux, qu'un :

> *« Nombre d'entreprises seraient de petite, voire, de très petite taille, positionnées sur des activités à haut risque car le cœur de leur activité est souvent moins une technologie nouvelle qu'un projet économique innovant.*[365] *»*

L'idée selon laquelle l'innovation est, au sein des ICC, davantage liée à l'élaboration ou l'application d'un nouveau modèle économique qu'à un projet technologique d'envergure se confirme pour la plupart des petites entreprises qui composent notre terrain. De plus, les auteurs soulignent que dans les rapports officiels, on s'intéresse largement :

> *« à l'articulation entre innovation technologique et créativité et notamment aux transferts entre ces domaines : comment favoriser la créativité dans les processus d'innovation technologique ? De même, dans de nombreux rapports, il est constaté que les entreprises, le secteur financier, mais aussi les politiques publiques reconnaissent et soutiennent plus l'innovation que la création* [366]»

Pour Loudière (2013), les britanniques ont pris une orientation davantage libérale en favorisant des politiques publiques d'accompagnement des projets dits « *innovants* » par le marché. L'État se contentant d'encadrer :

> *« son système d'innovation et donner des orientations stratégiques. La mise en œuvre des politiques publiques et le système de gouvernance reposent principalement sur des comités pour la recherche publique ainsi que sur six agences indépendantes dont le rôle est de promouvoir l'innovation. L'agence la plus importante est le Technology Strategy Board, qui fixe les priorités et objectifs des différents comités et agences* [367]*».*

Une des spécificités du Royaume-Uni repose sur l'importance du secteur privé dans le financement des ICC. Du côté allemand, l'intervention de l'état dans le financement de l'innovation repose sur une coordination entre état fédéral et agences indépendantes. L'état a défini des programmes de recherche par thématiques et en a confié la gestion opérationnelle aux agences :

---

[364] http://www.observatoire-omic.org/pdf/1110743245Bouquillion_LeyCorf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf Consulté le 28/11/2021
[365] Ibid.
[366] Ibid.
[367] Loudière, A. (2013), « Quel rôle pour l'État dans le système d'innovation ? » Conjoncture, INSEE.

> *« Les Länder se concentrent directement sur l'aide à l'industrie et au secteur privé. Le financement à tous les niveaux de la recherche et de l'innovation est effectué par des agences indépendantes qui incluent dans leurs comités de direction chercheurs, entrepreneurs, dirigeants et représentants de l'État.*[368] *»*

Si les industries créatives ne sont pas considérées comme une thématique à part entière, Bouquillion et Le Corf soulignent que le rapport officiel sur le système de financement allemand :

> *« Préconise d'étendre la notion d'innovation à l'introduction de nouveaux modèles économiques, pour favoriser une meilleure perception des potentialités des industries créatives.* »

Depuis 2020, l'Allemagne a mis en place un dispositif fiscal en place autour de la loi « *Gesetz zur steuerlichen Förderung von Forschung und Entwicklung* », qui signifie littéralement « *Loi sur les incitations fiscales à la recherche et au développement* ». Ce dispositif financera, à l'instar du CIR français, les dépenses de R&D définies dans le Manuel de Frascati, à hauteur de 2 millions d'euros maximum par entreprises.
Enfin, en comparaison avec les dispositifs européens, la France selon Loudière, propose un système de financement reposant sur une multiplicité d'acteurs qui engendre un manque de gouvernance jusqu'à l'année 1999. La loi Allègre doit permettre de rendre le système plus efficace par la création de soixante et onze pôles de compétitivité,

> *« Les instituts Carnot (sur le modèle du Fraunhofer Institute), et des institutions comme l'Agence nationale de la recherche pour financer la recherche publique (et introduire de la compétition pour le financement) ou Oseo pour financer l'innovation.*[369] *»*

Cependant, c'est bien le CIR qui reste le dispositif de financement majeur de la R&D et de l'innovation en France, ce qui explique l'accroissement des investissements en R&D de la part des petites entreprises des ICC, et ce qui participe du renforcement des enjeux liés aux nouvelles technologies de l'information communication dans les secteurs culturels et créatifs.

[368] Ibid.
[369] Ibid 224.

CHAPITRE 2 : Rôle des acteurs industriels et de la sphère financière dans la trajectoire des petites entreprises françaises du numérique et de la création

Dans le chapitre précédent, j'ai évoqué la multiplicité et la plasticité des différents dispositifs de soutien public à l'innovation et à la R&D, qu'ils soient adressés aux entreprises du numérique ou à celles de la création. D'autres acteurs financiers et industriels participent également au financement des entreprises des secteurs qui nous intéressent. Ces acteurs privés peuvent être des établissements du secteur bancaire, des fonds d'investissement, et des entreprises. Dans le cas des 60 entreprises étudiées dans cette recherche doctorale, 27 ont levé au moins une fois des fonds auprès de *business angels*, de fonds d'investissement ou d'acteurs industriels. Ce second chapitre concerne cette catégorie d'acteur, dont le rôle est également central dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. C'est autour des levées de fonds que se sont constituées les sept trajectoires de mon panel. Si toutes les entreprises étudiées ont bénéficié de fonds publics tout au long de leur existence (crédits d'impôt recherche, innovation, collection, jeux vidéo, métiers d'art, statut jeune entreprise innovante, aides BPI France, etc.), près de la moitié d'entre elles a sollicité l'intervention d'acteurs financiers, bancaires ou industriels pour financer leur développement, leur internationalisation ou leur cession.

Le financement par le capital-risque et les fonds d'investissement : « effet de levier » et concentration, le rôle des acteurs industriels et financiers

Plusieurs auteurs en SIC, tels que Bouquillion (2005) et Pradié (2005), se sont intéressés au rôle des acteurs financiers et industriels dans les filières des industries de la culture et de la communication. Bouquillion P. (2005) a notamment questionné *« la part de responsabilité des logiques et des acteurs financiers dans la centralisation du capital* [370] *»*.
Cependant, les acteurs et les opérations évoquées par les auteurs en SIC, en sciences de gestion, et en sciences économiques concernent le plus souvent des entreprises de taille moyenne ou de grande taille, souvent américaines. La littérature portant sur les structures de petite voire de très petite taille comme celles constituant mon terrain de recherche est rare. Néanmoins, dans d'autres disciplines comme en sciences de gestion ou en économie, ainsi que dans les rapports officiels, le capital-risque et le capital développement qui concernent les entreprises du numérique sont des objets récurrents de recherche.
Dans les trajectoires des petites entreprises étudiées, la levée de fonds, notamment lorsqu'elle est réalisée par les fonds d'investissement en capital risque, représente un élément central des modalités de financement. Kettani et Villemeur (2012) précisent que le capital risque est né aux Etats-Unis en 1946 en vue de financer des entreprises technologiques dans l'après-guerre :

> *« La première entreprise moderne de capital-risque, l'American Research and Development (ARD), est principalement créée en 1946 par Karl Compton, président du MIT (Massachusetts Institute of Technology), et Georges Doriot, un professeur français d'Harvard. Ces investisseurs décident d'investir dans des entreprises développant des technologies issues de la Seconde Guerre mondiale. En 1958 fut fondée la première société de capital-risque, Draper, Gaither et Anderson, organisée sous la forme juridique de limited partnership (LP) qui est progressivement devenue la forme*

[370] Bouquillion, P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication : Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles. » Réseaux, no<(sup> 131), 111-144. https://doi.org/

juridique dominante pour réunir des fonds destinés à être investis dans le capital-risque.[371] »

Les opérations de financement dites en « *capital risque* » concernent également les petites entreprises du numérique et de la création. Les 27 petites entreprises qui ont réalisé au moins une opération de ce type, font du capital risque une modalité de financement centrale de la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Dans sa thèse de doctorat, Perrin (2016) précise que les opérations de levée de fonds réalisées par les petites entreprises accompagnées par Ambroise Conseil concernent généralement différentes phases du capital investissement :

> *« Le capital-investissement recoupe les phases du cycle de vie de l'entreprise mises en lumière plus haut. Création et amorçage sont généralement financés par les acteurs du capital risque. Il s'agira des « investisseurs providentiels » (business angels) et des fonds de capital-risque. L'étape de décollage ou de croissance (mid stage) est quant à elle financée par les acteurs du capital développement, c'est-à-dire des fonds de capital-risque et de capital-développement. La phase de maturité (late stage) est financée autant par les acteurs du capital développement que par les acteurs spécialisés d'opérations financières spécifiques telles que les opérations dites à effets de levier (LBO, MBO). Il s'agit de fonds de capital-développement ou d'institutions bancaires.*[372] »

Cependant, les différentes trajectoires issues de cette recherche doctorale ont mis en avant des opérations de levées de fonds au-delà du capital risque. Cela est notamment le cas pour des PME ayant une activité dans les industries culturelles et communicationnelles, comme *Deezer, Marketshot, Meero, Mirakl*, ou le *Kiosque.fr* qui font parties de mon terrain et ont levé une ou plusieurs fois des dizaines voire des centaines de millions d'euros.
Le capital risque est perçu, par certains fondateurs (notamment ceux ayant suivi des études de commerce) comme une réponse crédible aux difficultés de financement des petites entreprises, notamment des ICC, mais pour d'autres, il est appréhendé comme un facteur d'augmentation du risque et de l'incertitude (notamment pour certains fondateurs de la trajectoire 1, et également pour les co-fondateurs de la seule entreprise de la trajectoire 7 qui ont levé des fonds seulement après 10 ans d'existence). Les structures de la trajectoire 2 (*entreprises qui ont levé des fonds puis ont déposé le bilan dans les mois suivants*) sont symptomatiques de la tension liée au capital-risque. En effet, à la suite de ces levées, de gros investissements en recherche et développement/ innovation ont été réalisés, notamment au travers de l'embauche d'ingénieurs et autres profils de « *chercheurs* » au sens du crédit impôt recherche, et ont alloué des budgets importants pour mener à bien les développements. Néanmoins, malgré l'entrée de nouveaux investisseurs dans leur capital, certaines des entreprises de cette trajectoire n'ont pas réussi à trouver de débouchés commerciaux pour les produits ou services développés. D'autres entreprises ne sont pas parvenues à s'inscrire dans la durée après avoir levé des fonds car les fondateurs et les investisseurs ne se sont pas accordés sur la stratégie de développement de la société ou les investissements à réaliser. Dans trois cas également, la fin d'activité a été provoquée par une réduction des investissements en R&D au profit de l'augmentation des investissements en marketing et communication. Cette trajectoire 2 témoigne de la fragilité des

[371] Kettani, G. & Villemeur, A. (2012), « Le capital-risque : un financement efficace de l'innovation sur le long terme » Revue d'économie financière, 108, 91-104. https://doi.org/10.3917/ecofi.108.0091
[372] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 50)

petites entreprises et du caractère incertain des projets de R&D, mais également de la fragilité de la structure organisationnelle. Les acteurs du capital risque ne seraient pas enclin à réduire ces incertitudes, ni pour certains auteurs, à combler les difficultés à se financer des petites entreprises :

> « *Le retrait des institutions financières du private equity, conjugué aux problèmes de resserrement des crédits bancaires, expose ces entreprises à de sérieuses difficultés de financement de l'innovation. De nombreux auteurs considèrent que le facteur financier est un déterminant essentiel de la recherche et que le manque de ressources financières ainsi qu'une allocation inefficiente du capital constituent un obstacle majeur au processus d'innovation des JEI.* [373]»

BPI France (anciennement OSEO) est vue, par certains auteurs en sciences économiques, tels qu'Haouat Asli, comme l'acteur le plus enclin à pallier les difficultés de financement des petites entreprises du numérique et de la création par les circuits classiques. Or, d'après les données de mon étude, il semble qu'une part importante des aides proposées par BPI France concerne des structures ayant déjà prouvé leur capacité à générer du chiffre d'affaires et à se développer. De fait, si les acteurs du capital financement, et la Banque Publique d'Investissement n'apportent pas de réponses cohérentes aux difficultés rencontrées par les petites entreprises du numérique et de la création, c'est le recours à d'autres sources de financements publics tels que le CIR qui apparaît comme la source la plus fiable de réduction de l'incertitude. Les auteurs de différentes disciplines ainsi qu'une grande partie des rapports officiels s'accordent sur les difficultés et contraintes financières qui pèsent sur les entreprises de petite taille s'engageant dans des projets de recherche et développement les rendant éligibles au statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante :

> « A*insi, en raison de leurs particularités, les entreprises innovantes subissent d'importantes contraintes financières, notamment les entreprises récentes et de petite taille (le cas des JEI) qui cumulent les difficultés de financement des petites PME et celles de l'innovation* [374]»

Du côté des petites entreprises des industries culturelles et créatives qui se sont engagées dans une démarche de développement de briques technologiques, d'autres difficultés et incertitudes peuvent les rendre moins attractives aux yeux des investisseurs en capital-risque.
Les différents entretiens menés avec des acteurs du financement ont mis en lumière un intérêt moins vif pour les activités considérées comme créatives que pour les activités considérées comme purement technologiques. Ces spécificités en font des acteurs à part, souvent en marge des critères d'éligibilité du capital investissement, et ce malgré leur éligibilité aux dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D. Ont ainsi été évoquées par les financeurs des difficultés liées au « manque de traction commerciale » des industries culturelles et créatives qui rappellent l'hypothèse formulée par Bouquillion (2008) sur le « *le caractère aléatoire de la valorisation des biens culturels* [375]».
Du côté des fonds en capital risque, il semble exister une confusion entre les activités des ICC et les projets de R&D qui y sont menés. Les ICC sont considérées, par plusieurs responsables

[373] Haouat Asli, M. (2013), « Réglementations prudentielles, crise financière : quelles conséquences pour le financement des jeunes entreprises innovantes ? » *I*nnovations, 40, 101-123. https://doi.org/10.3917/inno.040.0101
[374] Ibid.
[375] Bouquillion, P. (2008). « La diversité culturelle. une approche communicationnelle », Questions de communication

interrogés, comme un ensemble sectoriel vaste et homogène, « *intéressant* » et « *regardé avec attention* » mais ne correspondant que peu aux critères de rentabilité et aux « *thèses d'investissement* » des fonds interrogés :

> *« Le jeu vidéo, en particulier, c'est un secteur qu'on regarde avec grande attention. On regarde les éditeurs. Moi, j'aimerais bien qu'on trouve des briques technos qui soient intéressantes. Tu vois pour la diffusion de jeux vidéo, que soit streaming PC, voire streaming mobile. Là récemment on n'a pas avancé mais on a vu un type qui faisait de l'ingame advertisment, et il avait un outil SDK*[376]*, là-dessus, c'était intéressant pour nous. Franchement, c'est un secteur qui est intéressant. Mais bon, pour le coup, ce n'est pas cœur de thèse cet investissement.* [377]»

Pour plusieurs investisseurs interrogés, le secteur du jeu vidéo suscite un intérêt grandissant de la part des financeurs en capital risque. Cela n'est pas nécessairement lié à la capacité des éditeurs et de des développeurs à générer un retour sur investissement significatif et rapide, mais plutôt parce que ce secteur est au carrefour des univers technologiques et créatifs. Pour Benghozi et Chantepie (2017), il existe une :

> *« Fascination conquérante de l'industrie des jeux vidéo* (qui) *tient beaucoup à ce ressort anthropologique et au lien mystérieux entre technologie et imaginaire créatif.* [378]»

Au sein de mon panel, 2 petites entreprises sur 5 agissant dans le secteur du jeu vidéo ont levé au moins une fois des fonds. Dans les deux cas il s'agit d'un financement dit « *d'amorçage* [379]» de 400 000 à 500 000€ apportés par des business angels ou des fonds régionaux en capital risque. BPI France est intervenue en co-financement sur ces deux opérations. Les fonds ont été levés afin d'augmenter et de maintenir les investissements en R&D sur des briques technologiques afin de « *simplifier et optimiser le réglage de la difficulté des niveaux des jeux face à l'audience globale de joueurs : facteur clé de la rétention des joueurs* ». Ces petites structures sont caractérisées par le fait qu'elles bénéficient des avantages fiscaux du statut JEI et du CIR, par une implantation en région Bretagne, et par des difficultés à générer des revenus et à se développer. Dans le prolongement de l'hypothèse soutenue par Benghozi et Chantepie, il semble que les activités de R&D dans la filière du jeu vidéo suscitent l'intérêt et la curiosité des investisseurs. Dans le cas des entreprises de ce panel, les montants investis et le profil des investisseurs correspondent aux caractéristiques de ce que les investisseurs nomment le

---

[376] « Un kit de développement logiciel (SDK) est un ensemble d'outils fourni avec une plateforme matérielle (généralement), un système d'exploitation ou un langage de programmation » https://www.redhat.com/fr/topics/cloud-native-apps/what-is-SDK

[377] Extrait d'entretien semi-directif mené avec un responsable investissement dont l'entière retranscription se trouve en annexe du manuscrit.

[378] https://www.researchgate.net/profile/Elisa-Salvador/publication/326059171_Book_review_of_the_booknote_de_lecture_de_l'ouvrage_Jeux_video_l'industrie_culturelle_du_XXIe_siecle/links/5b35dfaf4585150d23e09ac5/Book-review-of-the-book-note-de-lecture-de-louvrage-Jeux-video-lindustrie-culturelle-du-XXIe-siecle.pdf consulté le 02/02/2022

[379] « Le capital amorçage est l'un des éléments du capital risque. Il répond aux premiers besoins de financement de l'entreprise. Le capital amorçage est le premier apport en capital d'une jeune entreprise de croissance. Cet investissement en fonds propres, minoritaire et temporaire, a pour objectif de financer le démarrage de l'entreprise, ce qui signifie : les frais antérieurs à la mise sur le marché du premier produit ou service de la société. » https://levee-de-fonds.ooreka.fr/comprendre/levee-de-fonds-capital-amorcage

« *seed* » voire le « *pré seed* [380]» qui correspondent aux stades de développement les moins avancés :

> *« Le capital-risque permet aux jeunes entreprises innovantes, qui démarrent leur activité et ont un potentiel de croissance, d'augmenter leurs fonds propres. Le créateur d'entreprise obtient ainsi des fonds, sans demande de garantie, à un stade de développement où il est souvent difficile d'obtenir des prêts bancaires.*[381]*»*

Dans la logique des investisseurs, la phase qui succède au capital risque est la levée de fonds dite en « *série A* ». Les enjeux de l'investissements y sont plus importants qu'en phase dite de « *seed* » et, de fait, les exigences des investisseurs revues à la hausse. La question de la rentabilité de l'investissement occupe alors une place centrale dans les critères d'investissement, et le modèle d'affaire de l'activité doit avoir démontré son efficacité par des résultats comptables positifs. Au sujet de ces investissements, j'ai interrogé un responsable de fonds pour comprendre ce qui se jouait entre les premiers fonds levés et les prochains « *tours de table* ». Que ce soit du côté de la filière du jeu vidéo mais également des autres filières des industries créatives, un nombre important de petites entreprises parviennent à lever des fonds en « *seed ou pré seed* », mais pas en « *série A* ». Ainsi, d'après les données collectées pendant cette thèse,

- 27 petites entreprises sur 60 ont réalisé au moins une levée de fonds pour un montant cumulé de 323 650 000€,
- 9 petites entreprises ont réalisé 2 levées fonds pour un montant cumulé de 63 600 000 €,
- 5 petites entreprises ont réalisé 3 levées de fonds pour un montant cumulé de 316 500 000€,
- 4 structures ont réalisé 4 levées de fonds pour un montant cumulé de 160 400 000 **€.**

Je n'ai cependant pas trouvé d'études pour confirmer ou infirmer l'hypothèse d'une nouvelle spécificité des petites entreprises des industries créatives qui rencontreraient des difficultés à se financer au-delà des premiers stades du capital risque, par rapport aux autres secteurs d'activités. Du côté des critères d'investissement mis en place par les fonds en capital risque, quelques éléments permettent d'entrevoir des spécificités des industries créatives :

> *« Je pense que c'est parce que les perspectives de retour sur investissement sur ce genre de projets ne sont pas suffisantes pour répondre aux critères des fonds de Venture Capital. Pour faire le lien avec ce que je disais tout à l'heure, quand on investit dans des starts up, forcément, il y a un manque d'informations globales, on ne peut pas être convaincus que la boîte va faire un carton dans 5 ans. La composante risque est au cœur de la décision et donc sur une dizaine de boîtes dans lesquelles un fonds de venture Capital investirait il va y en avoir une qui sera un carton absolu, il y en aura deux qui seront des beaux succès, il y en aura deux-trois qui vont vivoter, qui vont permettre à minima de récupérer la mise, peut-être de récupérer un peu plus, et ensuite il y aura une grosse moitié sur laquelle on va récupérer zéro. Ça c'est structurel, il y a des stats sur le VC, c'est évident, qu'il y aura des boîtes sur lesquelles on va récupérer zéro,*

[380]« Les levées de fonds dites en « pré-seed », aussi appelées les levées de fonds d'amorçage sont celles qui sont réalisées en tout début de vie d'un projet. » https://infonet.fr/guide/financement/quels-sont-les-differents-types-de-levees-de-fonds/

[381] https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/financements/recours-a-investisseurs/capital-risque consulté le 02/02/2022

donc typiquement investir dans des projets culturels, il y a peu de chance que ce soit la future licorne du portefeuille qui permette de la compenser la non-rentabilité des autres dossiers. Donc, il pourrait y avoir plus d'investissements, mais si on est une boîte avec un business model sur laquelle on envisage une rentabilité à terme, un marché à la fois sur lesquels on estime qu'il y a de la place à prendre et des concurrents qui sont challengeables et en valeur absolue un nombre de clients et derrière un budget qu'est prêt à allouer chaque client qui permet de cibler des objectifs de CA et de parts de marché qui sont intéressants, le dossier peut rentrer dans la thèse. [382]»

Plusieurs personnes interrogées travaillant dans l'investissement ont mis en avant la concurrence accrue d'acteurs industriels dans les filières de la création et du numérique pour justifier de leur manque d'intérêt et du faible nombre d'investissements. D'autres spécificités des petites structures des ICC peuvent être évoquées pour justifier de la situation actuelle de l'investissement. Notamment, les difficultés des acteurs à planifier les activités, le fait qu'il s'agisse d'économies dites « de prototype », et comme le souligne Bouquillion (2010), le fait que :

« *Fondamentalement, l'incertitude est liée à la nature de « bien symbolique » des produits culturels*[383] »

La « *valeur symbolique* » des activités des acteurs des industries créatives correspond au fait que :

« De nombreux produits dans les économies contemporaines deviennent des produits dont la valeur serait moins « fonctionnelle » que « symbolique ». Il est notamment souligné que les biens dont la valeur est essentiellement symbolique peuvent être vendus à des prix relativement élevés, déconnectés des coûts de production et qu'ils offrent une expérience unique au consommateur. [384]»

Les investisseurs utilisent quatre méthodes principales de calcul pour évaluer les entreprises. La « valeur symbolique » des industries créatives ne correspond à aucune donnée chiffrée dans le cadre d'une levée de fonds, ce qui participe du flou et de la difficulté à définir une valeur pour des investisseurs dont la méthode de calcul repose sur des actifs tangibles et comptables.

1- La méthode dite « patrimoniale » est très souvent utilisée car elle correspond à la différence entre l'actif et le passif de l'entreprise. Le site *Legalstart* souligne que généralement dans cette méthode, « *On analyse les bilans comptables des trois dernières années pour effectuer ce calcul. La méthode patrimoniale repose donc sur le passé. C'est alors qu'elle montre ses limites, car elle ne prend pas en compte la rentabilité, ni le potentiel de développement de l'entreprise dans l'avenir.*[385] »

Dans certains cas, la valeur des éléments immatériels est intégrée au calcul afin de prendre en compte des facteurs de distinction non comptables de l'entreprise par rapport à ses concurrents.

---

[382] Autre extrait d'entretien semi-directif mené avec un responsable investissement dont l'entière retranscription se trouve en annexe du manuscrit.

[383] Bouquillion, P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication. » tic&société

[384] Ibid.

[385] https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/reprise-entreprise/calcul-valorisation-entreprise/ consulté le 21/02/2022

Il peut notamment être question d'intégrer à la valeur de l'entreprises des éléments liés à la propriété intellectuelle tels que la R&D ou le dépôt de brevets.
Au niveau comptable, les frais imputés à la recherche et au développement sont soit comptabilisés directement en charges, soit ils sont inscrits à l'actif en immobilisations (sous réserve qu'ils aient « *de sérieuses chances de réussite technique et de rentabilité commerciale ou de viabilité économique* [386]».)
La méthode patrimoniale peut donc permettre de définir la valeur d'une petite entreprise réalisant d'importantes dépenses de R&D sans nécessairement avoir de rentrées d'argent les premières années de son existence.

2- Une autre méthode de calcul de la valeur de l'entreprise utilisée par les investisseurs est la méthode dite de la rentabilité :

« La méthode de la rentabilité quant à elle s'appuie sur l'avenir puisqu'elle consiste à estimer la capacité de l'entreprise à dégager des bénéfices dans les années à venir, tout en pondérant ce résultat afin de tenir compte du risque de non-réalisation des prédictions. Le plus souvent, ce calcul se fait sur une période de sept ans maximum. Au-delà, l'estimation serait beaucoup trop incertaine. [387]*»*

Cette méthode d'évaluation repose sur l'idée que la croissance de la structure sera constante. Néanmoins, dans le cas de mon panel, les entreprises de la trajectoire 1 démontrent l'inadaptabilité de cette méthode de calcul, tout comme celles de la trajectoire 2.

3- La méthode dite « comparative » se concentre sur les prix pratiqués par l'entreprise par rapport à ses concurrents sur un marché donné.

« Un barème est défini par l'évaluateur sur la base de la comparaison avec les entreprises de taille et de secteurs d'activités similaires. « Toutefois, cette méthode ne tient pas compte de la valeur du bail commercial, ni des importants écarts de prix qui peuvent être constatés. Il s'agit uniquement d'une moyenne. [388]*»*

Cette méthode ne semble pas non plus adaptée aux petites entreprises de mon panel dont la plupart se financent par des activités de conseil et de la sous traitance de projets de R&D, parfois pendant plusieurs années, qui ne représentent pas leur activité principale, mais celle qui leur permet de survivre. De plus, certaines petites entreprises, notamment celles de la trajectoire 1, ne parviennent jamais à développer un service ou un produit commercialisable.

4- Enfin, la méthode dite des « cash-flow » s'apparente à celle de la rentabilité mais repose sur les flux monétaires. Cela signifie que :

« La valeur de l'entreprise correspond à la valeur actualisée des flux de trésorerie pour les trois à cinq ans à venir. Le point de départ de cette méthode est donc le business plan et le prévisionnel de trésorerie. Un taux d'actualisation est appliqué pour tenir compte des aléas.[389] *»*

---

[386] https://www.compta-facile.com/comptabilisation-frais-de-recherche-et-developpement-rd/ consulté le 21/02/2022
[387] Ibid.
[388] Ibid.
[389] Ibid.

La méthode d'évaluation par le cash-flow est généralement considérée comme la plus complexe à utiliser mais elle est appréciée par les entreprises dites « innovantes » qui ont déjà des clients et parviennent à générer du chiffre d'affaires, car elle repose sur la trésorerie, qui est un indicateur central de l'état de santé de l'entreprise. Néanmoins, cette méthode ne correspond pas aux petites entreprises qui ont des difficultés à se financer et à définir un modèle d'affaire rentable pendant plusieurs années.

Dès lors, la méthode de calcul de la valorisation la plus adaptée aux petites entreprises du numérique et de la création semble la méthode patrimoniale qui prend en compte, dans certains cas, la valeur des investissements en R&D. Du côté des investisseurs, ces différentes méthodes permettent d'évaluer le risque d'une prise de participation et le retour sur investissement potentiel. Les différents responsables de fonds qui ont été interrogés ainsi que les lectures sur le sujet valident l'hypothèse selon laquelle le facteur déterminant de l'investissement, qu'importe le secteur d'activité et le niveau de développement de la structure, est le retour sur investissement.

Une autre méthode de calcul de l'investissement est largement utilisée par les investisseurs. A plusieurs reprises lors des entretiens réalisés, les investisseurs m'ont confirmé l'importance de ce ratio dans la décision d'investir ou non. Basé sur une méthode de calcul comptable, le ROI (retour sur investissement) établit, quant à lui, les coûts et les avantages générés dans le temps :

> *« Le retour sur investissement est un quotient qui a pour objectif de calculer le pourcentage de gain à attendre d'un investissement par rapport à la mise de départ.*
> *La formule générale du retour sur investissement est : (gains – coûts de l'investissement) / coûts de l'investissement. La durée de rentabilité est le temps nécessaire pour que la mise de départ puisse être récupérée (retour sur investissement égal à zéro).*[390] *»*

Le calcul du retour sur un investissement est une méthode comptable qui permet de voir le capital investi et le retour réel sur investissement et non uniquement la marge brute . Néanmoins, la méthode de calcul utilisée par les investisseurs afin de définir l'indice de retour sur investissement ne prend pas en compte les spécificités des activités des petites entreprises des industries culturelles et créatives définies dans la première partie de cette thèse. De plus, la R&D, à moins d'un retraitement comptable (CF schéma ci-dessous : « *déroulement des différentes phases d'un projet de R&D avec les traitements comptables associés* ») est comptabilisée en charges et ne permet donc généralement pas d'atteindre un taux de retour sur investissement suffisamment attractif pour les fonds d'investissement.

[390] https://www.l-expert-comptable.com/a/52676-le-retour-sur-investissement.html consulté le 18/02/2022

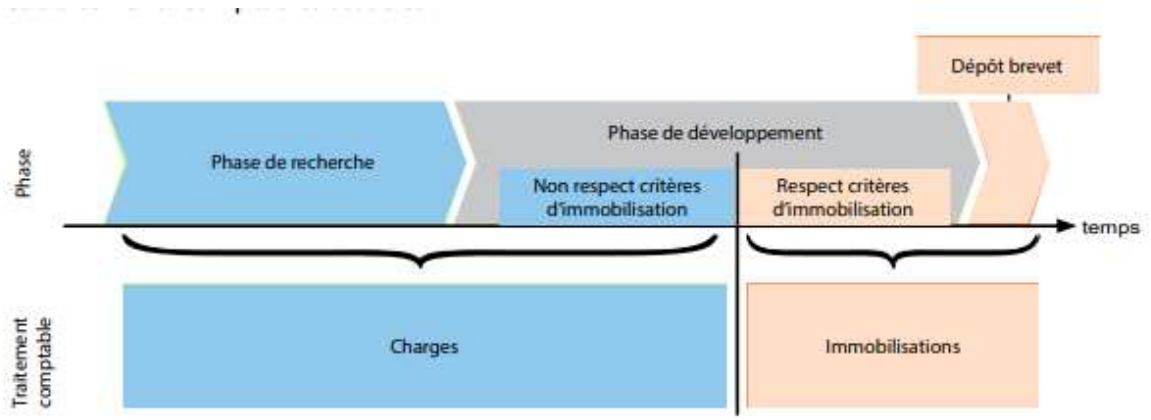


Schéma déroulement des différentes phases d'un projet de R&D avec les traitements comptables associés consulté sur le site *https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/apie/pilotage/publications/comptabilisation_frais_retd.pdf*

Comment intégrer la valeur symbolique produite par les petites entreprises du numérique et de la création ?

La valeur symbolique produite par les petites entreprises des industries créatives étant fortement liée aux développements technologiques et aux briques de recherche, il semble exister une méconnaissance des filières des industries créatives de la part des acteurs financiers et industriels. Au-delà des propos recueillis pendant les entretiens semi-directifs et portant sur les thèses d'investissement des fonds interrogés, le calcul de la rentabilité demeure le critère principal de tous les investisseurs, y compris les capitaux risqueurs. Au sein de mon panel, la valeur de plusieurs entreprises, notamment celles de la trajectoire 1, porte sur des bases de données, des filtres de recommandation, une finesse dans la prescription et sur la synergie entre les fondateurs. Ces éléments ne se traduisent pas toujours de façon immédiatement apparente dans les résultats comptables de la structure. Au-delà de la rentabilité des investissements réalisés, les investisseurs interrogés ont également évoqué d'autres motifs de motivation pour justifier de leurs prises de participation dans les petites entreprises du numérique et de la création. Une des motivations principales évoquées est la création de synergies avec les activités de l'acteur industriel qui finance le fonds en CVC (« Les fonds de *Corporate Venture Capital* appartiennent à des grands groupes qui souhaitent investir dans des startups pour différentes raisons [391] »).
Lors d'un des entretiens semi-directifs menés avec un responsable investissement au sein d'un fonds, celui-ci m'a confirmé la stratégie d'investissement (également appelé thèse d'investissement) du fonds, en lien avec les activités du groupe auquel il appartient :

> *« Initialement, on recherchait des synergies avec des activités de l'entreprise R, et bien évidemment on attendait un retour sur investissement. Le fonds était un levier d'acculturation des équipes aux nouveaux usages digitaux. L'investissement dans les start up est une stratégie d'investissement à part entière au même titre que l'entreprise R investit par ailleurs sur les marchés cotés. Mais c'est aussi une tendance de marché que l'on observait, la plupart des assureurs se sont dotés d'un fonds de Corporate*

[391] https://lehub.bpifrance.fr/corporate-venture-capital-vs-venture-capital-quelle-difference/ consulté le 22/02/2022

Venture (VC), l'entreprise R a été une des premières à le faire mais désormais c'est monnaie courante. [392] »

Néanmoins, la stratégie des fonds en CVC aurait, selon l'interrogé, évolué pour se rapprocher des motivations et des critères d'investissement des fonds en capital développement dits « *classiques* ». Le terme Venture Capital (voire juste Venture) est employé pour parler d'un fonds de Corporate Venture Capital. A la différence du VC, le CVC est détenu par un seul groupe.[393]

> *« Cela fait le lien avec la thèse d'investissement : on a un positionnement qui ressemble de plus en plus à un fonds VC traditionnel, on n'est plus dans une recherche systématique de synergies entre les activités des start up que l'on soutient et les activités de l'entreprise R. A la création du fonds en 2015, il était vraiment voué à soutenir la stratégie de l'entreprise R, et donc les prises de participations dans les starts up étaient quasi systématiquement assorties de partenariats avec ces start up, partenariats qui pouvaient prendre 3 formes :*
> *• pour les start up avec un business BtoC classique, qui s'adressent à une cible de clients assez proches des clients de l'entreprise R, et bien l'entreprise pouvait prescrire le service de la start up auprès de ses clients, on n'était quelque part "apporteur d'affaires" pour ces starts up.*
> *• Pour des start up plutôt BtoB avec un USECASE à destination des assureurs, l'entreprise R pouvait intervenir en tant que client des starts up en question et donc générer des revenus pour la start up en question, et quelque part utiliser la technologie de la start up pour fluidifier son organisation et ses process internes.*
> *• Pour des start up type MARKETPLACE (échange de biens, de services) typiquement l'entreprise S qui est un réseau d'entre aide entre voisins, donc on est vraiment sur ce type de boîtes qu'on appelle des MARKETPLACE. Il peut aussi y avoir des enjeux d'assurance. Donc ça c'était le positionnement de l'entreprise R de 2015 à 2019, et le constat c'est qu'il n'est pas toujours simple et évident de matérialiser ces synergies.*[394]»

Dans le cas du fonds en VC d'un industriel français agissant dans les télécommunications, le responsable investissement interrogé souligne le fait que :

> *« Très souvent, les Corporate VC, quand ils prennent des participations au capital des entreprises, (ils) veulent que les start up deviennent des sortes de partenaires. Nous, on est pas du tout dans cette perspective-là. On met en place des outils pour que les start up puissent développer des synergies avec le groupe. Mais l'idée n'est pas de financer des start up qui soit* (dépendantes*). On essaye d'être comme un VC de place, tout en ayant cette possibilité pour les boites qui le souhaitent, dans lesquelles on investit de développer des synergies fortes avec le groupe.* [395]»

---

[392] Extrait d'entretien semi directif mené avec un responsable d'investissement dans un des fonds en CVC interrogés. La retranscription complète de cet entretien est disponible en annexe du document
[393] https://www.leblogdudirigeant.com/fonds-corporate-venture-capital/ consulté le 22/02/2022
[394] Ibid 348.
[395] Extrait d'entretien semi directif mené avec un responsable d'investissement dans un des fonds en CVC interrogés. La retranscription complète de cet entretien est disponible en annexe du document

Du côté de la banque publique d'investissement, la recherche « d'effet de levier » est au cœur des modalités d'intervention. Un responsable d'investissement au sein de BPI France me confirme, lors de notre entretien, que la « *mission* » confiée à ce véhicule public d'investissement est de faire entrer des acteurs financiers privés dans le capital des entreprises:

> *« Nous aussi, on essaie d'aller au-delà de la dimension de l'investissement, avec l'effet de levier, et donc d'amener des financements privés dans les entreprises. Et donc, nous, on n'a pas vocation à être tout seul, mais vraiment à créer des effets d'entraînement et de multiplication des investissements.*[396] *»*

La volonté de favoriser et d'accompagner les effets de levier au sein des entreprises françaises traduit une stratégie menée par BPI France en faveur des acteurs financiers et industriels :

> *« La banque publique intervient en complémentarité des autres banques de place en cofinancement, en Co investissement et permet l'exercice d'un effet de levier pour les financements des entreprises. Ce choix, opéré dès les décennies précédentes, a été confirmé avec Bpifrance.*[397] *»*

La question qui se pose dès lors est celle de l'évolution des politiques publiques vers la mise en place d'une logique d'effets de levier permettant aux acteurs de la sphère financière de jouer un rôle plus important dans le financement des petites entreprises du numérique et de la création. Le renforcement des fonds propres est indispensable pour la réalisation d'effets de levier et Perrin (2016), souligne que :

> *« Le versement de subventions ou l'octroi de crédits dépendent du niveau de fonds propres de l'entreprise. Plus les fonds propres seront élevés, plus l'entreprise sera susceptible d'obtenir des financements (subventions ou crédits) importants. Pour les institutions publiques de financement, limiter le montant des aides au niveau des fonds propres ou à un multiple des fonds propres permet aussi de limiter l'intensité de l'aide (le taux de participation du public dans le financement des entreprises), lequel est réglementé, notamment par la Commission Européenne.* [398]»

Le financement des activités de recherche et développement des petites entreprises du numérique et de la création par le CIR, permet notamment de renforcer les fonds propres des entreprises (« *Les fonds propres sont constitués par tous les actifs que possède l'entreprise (capital social, réserves de bénéfice, trésorerie, immobilier, machines), diminués des dettes. Les quasi-fonds propres, par leur nature, s'approchent du capital propre. Il s'agit de titres ou de dettes émis par l'entreprise, sans droit de vote en contrepartie : obligations convertibles, emprunt participatifs etc.*[399] *»).* En effet, un des avantages du CIR est qu'il permet d'améliorer les capitaux propres de l'entreprise dès lors que les dépenses de recherche sont immobilisées et donc activées au bilan. Cette mécanique encourage la prise de participation des acteurs industriels et de la sphère financière (tels que les fonds en capital-risque) dans les entreprises

---

[396] L'effet de levier ou LBO (« Leveraged Buy Out » ou littéralement « prise de contrôle avec effet de levier [396] »

[397] Hayez, S. & Savel, F. (2018), « Bpifrance : entreprises et territoires. » Revue d'économie financière, 132, 179-189. https://doi.org/10.3917/ecofi.132.0179

[398] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 59)

[399] https://www.usinenouvelle.com/article/cinq-facons-de-renforcer-ses-fonds-propres.N145516 consulté le 22/02/2022

engageant des dépenses de R&D et gagne, de fait, les petites entreprises du numérique et de la création. Au sujet de cette « *mission* » confiée à BPI France, l'un des responsables interrogés nous a confirmé qu'une des missions confiées par les pouvoirs publics à la banque publique d'investissement est :

> *« de pouvoir créer et susciter ce qu'on appelle des « leviers en deux roues », public/ privé. Il doit pouvoir drainer des investissements du privé dans les entreprises de nos secteurs. Et c'est d'autant plus vrai pour nos métiers qui, comme tu le sais, sont très spécifiques, parfois un peu chahutés, mais en tout cas, regardés avec méfiance par les acteurs du financement des entreprises. On parle du cinéma, de la production audiovisuelle. Des modèles qui sont très risqués, qui font peur au privé, qui ont besoin de repères et d'expertises.*[400] »

De fait, ces mécanismes d'effet de levier sont également susceptibles de concerner les petites entreprises des industries culturelles et créatives. Perrin (2016), dans sa thèse de doctorat interrogeait la potentielle inadaptabilité du système de financement aux spécificités des jeunes entreprises. Du côté des fonds d'investissements en capital-risque, les investissements réalisés en R&D et innovation par les petites entreprises du numérique et de la création sont-ils pris en compte dans le calcul de la rentabilité du projet et dans les critères d'investissement ?
En sciences économiques, une étude sur les dynamiques d'investissement des fonds en CVC en lien avec l'innovation a souligné le fait que :

> *« Les systèmes productifs localisés permettent de mutualiser, de développer et d'innover en créant une dynamique de réseau. Dans ces conditions, il est probable que, lorsque les projets d'investissement financés par capital-risque présentent un degré suffisant de complémentarité et de synergie, la réussite de certains projets ait une incidence sur la réussite des autres et que la rentabilité d'un projet ne soit pas indépendante du nombre total de projets financés.*[401] »

Ainsi, la recherche de synergies en lien avec les projets d'innovation et de recherche menés par les entreprises du numérique et de la création serait une des motivations principales des acteurs financiers et industriels. L'intérêt des investisseurs est motivé par le développement de nouvelles briques technologiques qui représentent un potentiel important de rentabilité à moyen terme. Les acteurs des industries de la communication suscitent, selon Bouquillion (2012), l'intérêt des acteurs financiers depuis le milieu des années 2000 :

> *« L'attention des grands acteurs de la sphère financière (agences de notation, grandes banques d'affaires, fonds d'investissement et de placement, conseillers financiers, etc.), depuis le milieu des années 2000, s'est largement tournée vers les acteurs des industries de la communication.* [402]»

Pour illustrer cette hypothèse, je me suis intéressé plus spécifiquement à plusieurs investissements réalisés par des acteurs industriels et financiers dans des petites entreprises du panel. Ces investissements ont été repris dans des médias spécialisés, c'est la raison pour laquelle les noms des sociétés n'ont pas été rendus anonymes, exceptée la cinquième opération.

---

[400] Ibid 352.
[401] Dufour, D., Nasica, E., & Torre, D. (2016), « Clusters et efficacité du capital-risque : une analyse des stratégies différenciées des fonds indépendants et des fonds industriels. » Revue d'économie industrielle, (154), 125-150.
[402] Bouquillion P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », Revue française des sciences de l'information et de la communication

Thèse d'investissement évoquée/ motivations de l'investissement	Activité de l'entreprise	Acteurs de l'opération	Valorisation et détails de l'opération	Date de l'opération	Date de création de l'entreprise
1- Stratégie de main sur des contenus musicaux	Plateforme de streaming musical	ORANGE qui investit dans DEEZER	80 millions d'euros pour 20% du capital	2010	2007
2- Création de synergies avec les activités du groupe	Société de conseil et développement e-commerce	CAPGEMINI qui rachète ITELIOS	Non communiqué / Acquisition de la société	2017	2003
3- Achat de données massives	Marketing digital et éditeur du comparateur choisir.com	MEDIAPOST COMMUNICATION (groupe La Poste) qui achète MARKETSHOT	Non communiqué / Acquisition de la société	2019	2008
4- Réalisation d'un « coup financier » avec un retour sur investissement rapide et important	Éditeur de solutions logicielles SAAS de plateforme et de marketplace	ELAIA PARTNERS et autres fonds qui investissent dans MIRAKL	555 millions de dollars en série E / Valorisation post money : 3,5 milliards de dollars	2021	2012
5- Vente d'assurances sur les prestations d'échanges de services	Plateforme d'échanges et de services entre voisins	*L'entreprise M qui investit dans l'entreprise T*	1,7 millions d'euros	2015	2014
6- Financement de projets innovants pour retour sur investissement rapide et important	Développement de robots conversationnels	Entrepreneur Invest, Crédit Agricole Aquitaine, et BPI France qui investissent dans DYDU	6,3 millions d'euros	2021	2009
7- Réalisation d'un « coup financier » avec un retour sur investissement rapide et important	Plateforme de création collaborative et de partage de vidéos sur internet	Scotto & Associés accompagne la société EVERGIG MUSIC dans sa première levée de fonds auprès de 360 Capital et Partech International	1 million d'euros	2013	2012

8- Achat d'une technologie avancée dans le CLOUD	Editeur de plateforme de Dev Ops	Orange Digital Venture investit dans CYCLOID	3 millions d'euros	2019	2015

Tableau : Les stratégies des acteurs industriels et financiers qui investissent ou rachètent des petites entreprises des ICC

Les 8 opérations de levées de fonds et d'acquisition listées dans le tableau ci-dessous concernent des cas issus des 6 trajectoires de notre panel qui concernent la levée de fonds. Peu d'informations rendues publiques traitent des conditions financières et capitalistiques de ces investissements. Cependant, l'analyse croisée des articles de presse généraliste et spécialisée a permis d'entrevoir quelques éléments de la stratégie à l'œuvre, tant du côté des investisseurs financiers et/ ou industriels, que du côté des fondateurs. Certains détails et stratégies ont été détaillés ci-dessous.

Étude de la trajectoire de Deezer, plateforme française de streaming musical, qui a réalisé sa première levée de fonds en 2010 auprès d'Orange

L'industriel des télécommunications investit dans une jeune entreprise ayant développé la première plateforme de streaming musical « légale » française. Orange avait déjà développé une technologie sensiblement similaire à celle de Deezer, avec Wormee :

> *« Le site Deezer et Orange, dont le site maison équivalent s'appelle « Wormee », travaillent en tout cas au « rapprochement de leurs services de streaming musical », ont indiqué aujourd'hui les deux groupes dans un communiqué commun.*[403] »

Néanmoins, la technologie de Wormee n'était pas aussi développée que celle de Deezer, ce qui explique, en partie, la volonté d'Orange de la faire fusionner avec Deezer :

> *« Le deal est simple : Orange entre au capital du site de streaming musical et en échange Deezer fusionne avec Wormee et devient le service d'écoute musical d'Orange sur ADSL et mobile. Ce mariage illustre la nouvelle stratégie contenus d'Orange.*[404] »

L'objectif principal de cet investissement n'est cependant que peu évoqué dans la presse et concerne une stratégie de contenus de la part d'Orange qui souhaite, par le biais de cet investissement, développer des :

> *« Partenariats avec des détenteurs de droits et des éditeurs de services, positionnant ainsi le Groupe en tant que super-agrégateur et distributeur de contenus* [405] ».

En 2016, Orange a « confirmé son partenariat » avec Deezer en participant à la nouvelle levée de fonds de 100 millions d'euros aux côtés d'Access Industries, la société de l'homme d'affaires russo-américain Len Blavatnik (propriétaire notamment de Warner Music).

[403] https://www.lesechos.fr/2010/07/orange-veut-investir-dans-deezer-441893 consulté le 23/02/2022
[404] https://www.zonebourse.com/barons-bourse/Xavier-Niel-93/actualites/Xavier-Niel-accueille-Orange-au-capital-de-Deezer--13422201/ consulté le 23/02/2022
[405] https://www.orange.com/fr/orange-et-les-contenus#:~:text=Notre%20strat%C3%A9gie%20dans%20le%20domaine,agr%C3%A9gateur%20et%20distributeur%20de%20contenus. Consulté le 23/02/2022

> *« Depuis deux ans, nous travaillons main dans la main avec les équipes d'Orange France pour créer une nouvelle stratégie de distribution de nos offres payantes. Ce partenariat conforte l'ancrage français de Deezer dont Orange reste un actionnaire important* [406] *»*

Deezer représente alors, selon l'Autorité de la concurrence, 40 à 50% des parts de marché du streaming musical en France. Du point de vue de la stratégie de contenus d'Orange, Deezer représente un opérateur majeur possédant un catalogue de titres musicaux très important :

> *« Deezer a par ailleurs annoncé une augmentation de son catalogue de titres, qui compte désormais plus de 40 millions de nouvelles chansons, soit "le plus important catalogue musical disponible au monde".* [407]*»*

Deezer agit en tant que plateforme de streaming, développant un dispositif algorithmique de recommandation, de collecte et de traitement des données massives. De fait, la trajectoire socio-économique et sociotechnique de cet acteur français au carrefour des industries de la culture et de la communication est symptomatique des évolutions des filières et des modèles socio-économiques. Dans une démarche semblable à celle menée par Bullich (2019) avec l'étude de Dailymotion, j'ai voulu mieux comprendre le modèle socio-économique de Deezer en lien avec la stratégie de contenus d'Orange. D'après les caractéristiques définies par Moeglin (2015), il semble que Deezer appartienne au modèle du « courtage informationnel » qui est :

> *« fondé sur plusieurs traits, tels que l'autonomisation de la fonction d'intermédiation, la rémunération de l'intermédiaire au contact (ou au* fit*) entre offre et demande – quels que soient le circuit et la forme, directe ou indirecte, qu'emprunte cette rémunération – l'agrégation d'offres et de demandes potentiellement illimitées, la réduction au minimum des liens contractuels avec les producteurs et les consommateurs et le recours systématique à des outils de tracking et de profilage destinés à personnaliser les prestations, à anticiper les attentes de ces consommateurs et à leur fournir des recommandations pour des consommations ultérieures* [408]*»*

Néanmoins, les lectures croisées en SIC, ainsi que l'étude approfondie des projets de R&D et/ ou d'innovation menés par des acteurs comme Deezer m'ont conduit à questionner la notion de « *plateforme* ». En effet, plusieurs activités d'entreprises sont définies par les acteurs eux-mêmes comme des activités de plateformes. Bullich et Lafon (2019) se sont penchés sur la notion de plateforme attribuée par défaut à l'activité de Dailymotion :

> *« Qualifier Dailymotion de « plateforme » rejoint le langage usuel. En effet, le terme s'est imposé à partir de la fin de la décennie 2000 pour désigner communément des acteurs économiques présents sur Internet et menant généralement des activités d'intermédiation. Nous lui donnons ici un sens sensiblement différent. Dans la terminologie que nous adoptons, une « plateforme » se rapporte à un modèle*

---

[406] https://www.lerevenu.com/bourse/valeurs-en-vue/orange-et-deezer-prolongent-leur-partenariat consulté le 23/02/2022

[407] https://www.challenges.fr/entreprise/deezer-a-leve-100-millions-d-euros-aupres-d-investisseurs-dont-orange_43997 consulté le 23/02/2022

[408] Mœglin, P. (2015), « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité » Communication & langages, 185, 49-66. https://doi.org/10.3917/comla.185.0049

d'organisation de la médiatisation, composé d'une architecture sémio-technique, d'un ensemble d'opérateurs d'activation et de régulation des activités des usagers comme des contenus proposés et d'un mode de valorisation propres. Plus précisément, le modèle idéal-typique de la plateforme – forme spécifique dérivant à la fois du « modèle du courtage informationnel » et de la conceptualisation des « industries médiatisantes » – se caractérise par la conjugaison de cinq traits distinctifs : l'absence de transaction en amont, une double valorisation de l'activité, l'enregistrement systématique des activités, une fonction perlocutoire généralement automatisée et un principe d'indifférenciation supervisée dans l'offre de contenus.[409] »

La « *double valorisation de l'activité* » concerne également des acteurs de mon panel, et notamment, Deezer. Dans le cadre de ses multiples levées de fonds engagées dès 2010 et pour lesquelles Orange a pris part à hauteur de 10% du capital, la double valorisation a certainement joué son rôle. D'un côté, pour Orange, investir dans Deezer répond à l'objectif de main mise sur des contenus musicaux, et d'un autre côté, l'algorithme de recommandation et l'outil de collecte des données massives développés par la jeune entreprise peuvent permettre des synergies avec les activités de l'industriel.

Pour Perticoz (2012), Deezer, tout comme Spotify, appartient bien au modèle socio-économique du courtage informationnel :

« Des firmes telles que Deezer ou Spotify, pour la filière phonographique, ont mis en place un mode de fonctionnement qui s'apparenterait à celui du courtage informationnel, dans la mesure où ces plateformes favorisent la mise en contact des auditeurs avec des continus musicaux pertinents pour eux et qu'elles en facilitent l'accès. Dans le cadre d'une accentuation du procès d'intermédiation, Deezer et Spotify aident ainsi l'auditeur à faire le tri au milieu d'une profusion de contenus musicaux. [410]»

D'autres activités répondant des caractéristiques de la plateforme définie par Bullich et Lafon (2019) ont connu des trajectoires socio-économiques et sociotechniques semblables à celle de Deezer. Cela est notamment le cas avec l'opération financière réalisée par Mediapost Communication (groupe La Poste) qui, en 2019, devient actionnaire majoritaire de Marketshot. Dans un communiqué officiel, Mediapost explique que :

« Marketshot reste dirigé par son équipe de management actuelle, conserve sa marque Choisir.com et son autonomie tout en s'appuyant sur l'ensemble des entités du Groupe La Poste afin d'intensifier son développement.[411] »

Selon les acteurs eux-mêmes, cette acquisition s'inscrit dans la stratégie de Mediapost Communication de développer « *à la fois ses activités d'éditeur de services digitaux pour les particuliers mais aussi de contribuer à l'enrichissement du capital data du Groupe La Poste.*[412] » Mediapost avait déjà engagé précédemment des opérations de croissance en vue de

[409] Bullich, V., & Lafon, B. (2019), « Dailymotion : le devenir média d'une plateforme. Analyse d'une trajectoire sémio-économique (2005-2018) ». tic&société, *13*(1-2), 355-391.
[410] Perticoz, L. (2012), « Les industries culturelles en mutation : des modèles en question », Revue française des sciences de l'information et de la communication
[411] https://www.offremedia.com/mediapost-communication-prend-le-controle-de-marketshot consulté le 23/02/2022
[412] Ibid.

« *digitaliser* » ou du moins de créer des synergies avec les activités de La Poste autour de nouveaux outils numériques. En 2010 le groupe a racheté Sogec, « *spécialiste du marketing promotionnel* », Mediaprism en 2011, Mixcommerce et Adverline en 2012 dans une stratégie d'acquisition de nouveaux services digitaux :

> « *Mediapost Communication ambitionne de proposer une large gamme de solutions digitales, à destination des professionnels, basées sur la data et l'Intelligence Artificielle.*[413] »

Étude de la trajectoire de Mirakl, éditeur français de « marketplaces », qui a réalisé sa 5ème levée de fonds d'un montant 555 millions de Dollars en septembre 2021 et développe la marketplace de Fnac.com

Un autre type de stratégie observée dans cette étude concerne cette fois des fonds d'investissement qui vont « miser » sur Mirakl, un éditeur de logiciel créé en 2012 ayant connu une croissance fulgurante pour un acteur français des industries de la communication.
A l'origine de Mirakl, Philippe Corrot et Adrien Nussenbaum ont cofondé Splitgames, un site de vente en ligne en Marketplace, où les membres peuvent vendre et s'échanger des jeux vidéo. Splitgames a été racheté en 2008 par la Fnac. Les fondateurs développent l'activité de Marketplace de l'enseigne et la dirige pendant trois ans avant de créer Mirakl qui va connaître cinq levées de fonds entre 2012 et 2021 :

> *« Peu après sa création, l'entreprise lève 2,5 millions d'euros en 2012, En 2015, 18 millions d'euros sont levés auprès des investisseurs historiques, En février 2019, l'entreprise lève 62 millions d'euros auprès de sociétés de capital-développement et intègre le Next40pour les années suivantes. En septembre 2020, une levée de fonds de 255 millions d'euros est annoncée ; la société devient ainsi la 10e licorne française avec une valorisation de 1,5 milliard dollars, En septembre 2021, une nouvelle levée de fonds de 555 millions de dollars (472 millions d'euros) a lieu. La licorne vaut désormais 3,5 milliards de dollars.* [414]»

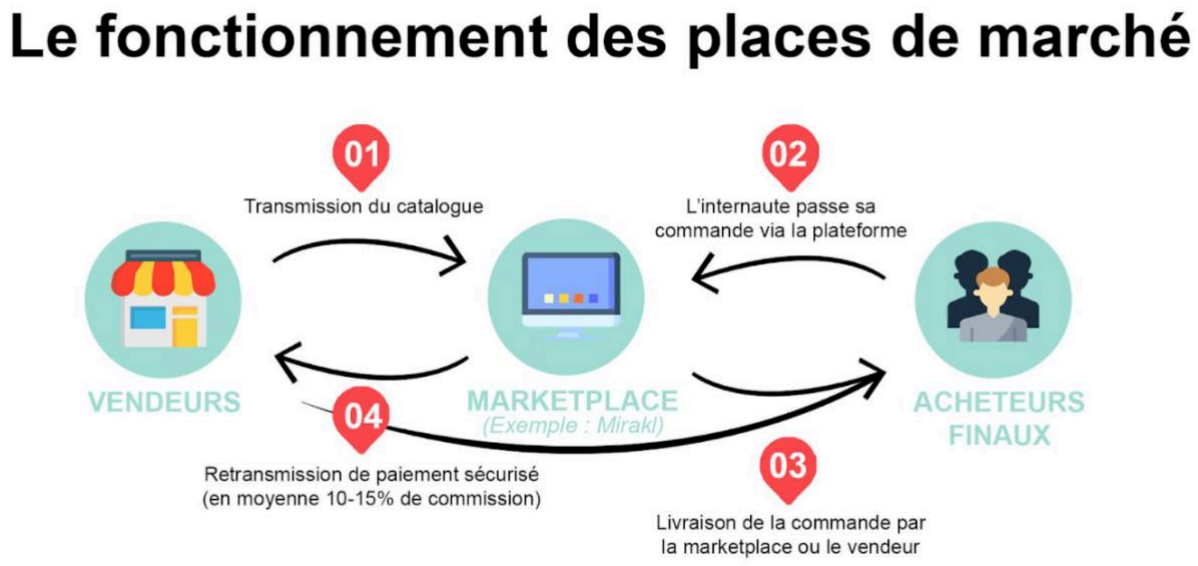
Les levées de fonds successives ont financé des investissements en R&D, ainsi que des développements commerciaux, notamment à l'international. La valorisation de Mirakl est une des plus importantes que les entreprises françaises aient connue. Tout comme Meero (place de marché spécialisée dans la sous-traitance photographique) et Deezer (plateforme de streaming musical) qui font également partie de mon panel, Mirakl est considérée comme une « *licorne* » (entreprise ayant une valorisation supérieure à un milliard de dollars, non cotée en bourse et non filiale d'un grand groupe), et fait partie du « *Next40* » (*Label créé en 2019 par le gouvernement français pour soutenir et promouvoir 40 jeunes entreprises françaises qu'il considère comme prometteuses et susceptibles de devenir des leaders technologiques.* [415]).
Après avoir défini le terme de plateforme au sens de la recherche en SIC, il semble opportun de s'attarder sur celle de « marketplace » tant la valorisation de cet acteur est importante par rapport à celles des autres acteurs de mon panel. Dans un article paru en 2017, le Journal du Net soulignait l'importance des marketplaces dans les parts de marché des ventes sur internet :

---

[413] https://jai-un-pote-dans-la.com/mediapost-communication-fait-lacquisition-de-marketshot/ consulté le 23/02/2022
[414] https://fr.wikipedia.org/wiki/Mirakl consulté le 23/02/2022
[415] https://fr.wikipedia.org/wiki/Next40 consulté le 23/02/2022

« Les ventes réalisées sur les places de marché ne cessent de croître. Elles ont représenté 28% du volume d'affaires total des e-commerçants en France au troisième trimestre 2017[416] *»*

Les Marketplaces sont des dispositifs technologiques mettant en relation des vendeurs et des acheteurs. Comme dans l'exemple illustré ci-dessous, l'éditeur de marketplace prélève une commission sur chaque vente ainsi que des frais d'installation au moment de la création de la plateforme.



La Fnac a lancé sa marketplace dès 1999 pour proposer à ses clients son catalogue de produits en ligne.

« On trouvait à cette époque sur ce site les mêmes produits qu'en magasin. Depuis 2019, la marketplace de la FNAC a ouvert sa plateforme aux vendeurs professionnels : les vendeurs partenaires. Un vendeur professionnel peut donc avoir accès à la plateforme et vendre ses produits au prix souhaité, s'il remplit les conditions d'adhésion.[417] *»*

Sur la plateforme de la *Fnac*, dont le développement est assuré par les équipes de Mirakl, d'autres vendeurs partenaires sont mis en concurrence avec les produits de la Fnac et sont soumis à certains critères :

« Les notes d'évaluation des clients doivent être supérieures à 4.5/5. Chaque client donne son avis sur la prestation réalisée : délai de livraison, rapport qualité/prix, solution de paiement (CB ou carte FNAC) …, Le taux de réclamation client ne doit pas

[416] https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1205502-infographie-l-ecosysteme-des-marketplaces/ consulté le 23/02/2022

[417] https://www.yumens.fr/comment-fonctionne-la-marketplace-fnac/#:~:text=Que%20vous%20soyez%20une%20entreprise,et%20la%20commande%20est%20valid%C3%A9e. consulté le 24/02/2022

excéder 5 %. Le taux d'acceptation doit être supérieur à 95 %. Le taux de remboursement spontané ne doit pas dépasser les 5 %.[418] »

Le rôle central d'intermédiaire entre les vendeurs et les acheteurs finaux et la rémunération par commission sur les ventes font des marketplaces des acteurs répondant à des caractéristiques du modèle de courtage informationnel. Si certaines plateformes de marketplaces agissent dans la commercialisation de biens culturels (livres, films, cd, etc.) et de produits communicationnels (téléphones, ordinateurs, tablettes, etc.), ce modèle de vente en ligne s'étend à d'autres secteurs. Le modèle de la marketplace diffère de celui des sites de vente en ligne par les systèmes de rémunération en place, la logistique et la distribution, et surtout les développements technologiques à l'œuvre qui participent de l'importante valorisation des dispositifs de marketplaces.

- Au niveau de la rémunération, un commerce en ligne achète et gère son propre stock et rémunère son propriétaire par la marge dégagée sur la vente de produits ou de services. La marketplace permet une rémunération multiple basée sur l'application de commissions sur les ventes des vendeurs, la monétisation de l'audience des vendeurs sur la plateforme, les systèmes d'abonnements et la publicité en ligne (vente d'espaces de visibilité sur la plateforme). Ces modalités de rémunération peuvent se cumuler, et de fait, générer potentiellement d'avantage de profits que les sites de vente en ligne.
- Au niveau de la distribution, la Marketplace n'est, en tant qu'intermédiaire, pas impliquée dans la dimension logistique d'envoi des produits ou des services dont la charge est imputée aux vendeurs.
- Au niveau de la technologie, l'opérateur de place de marché fournit aux clients et aux vendeurs un cadre d'échange réglementaire et de paiement sécurisé. La capacité à générer de la confiance à ses usagers est un des arguments principaux d'attractivité des marketplaces. La bonne gestion des différents flux est une des priorités de projets de R&D des opérateurs de marketplaces qui agissent à plusieurs niveaux :

  « *Gestion du sourcing des produits, recrutement des vendeurs, contrôler les catalogues marchands, superviser les transactions, superviser les transactions, surveiller de près les réclamations et les litiges, maximiser l'audience, et gérer le marketing et la communication sur la plateforme* [419]».

D'un côté des grandes entreprises du numérique transnationales comme Amazon, Facebook, et Google ont déjà investi massivement et depuis un certain temps dans le développement de leur propre marketplace, et, d'un autre côté des entreprises de petite taille ou de taille moyenne comme Mirakl développent des alternatives dans les industries culturelles et créatives.
Dans un article paru en février 2022, Thuillias et Wiart, ont évoqué, au sujet d'Amazon, les récentes condamnations des autorités concernant « *les clauses abusives imposées aux vendeurs tiers de sa plateforme* [420]», soulevant ainsi un des enjeux du modèle à l'œuvre dans les plateformes et qui repose sur la mise en concurrence entre vendeurs.
Au niveau de la valorisation, cela a été évoqué, Mirakl, entreprise française créée en 2011 a récemment été valorisée à 3,5 milliards de dollars donnant suite à une nouvelle levée de fonds

[418] Ibid.
[419] https://www.redsen-consulting.com/marketplace/la-chaine-de-valeur-modele-marketplace/ consulté le 23/02/2002
[420] Thuillas O., Wiart L. (2022), « Amazon et Google face aux pouvoirs publics dans la filière du livre : la diversité culturelle en trompe l'œil ? », Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°22/2, 2021, p.31 à 40

de 555 millions de dollars. Pour expliquer l'importante valorisation de cet acteur, plusieurs hypothèses peuvent être évoquées.
En premier lieu, le nombre de clients ayant sollicité Mirakl pour développer leurs marketplaces a connu une croissance très importante. L'opérateur revendique ainsi la création de « *plus de 300 plateformes dont celles de Carrefour, Showroomprivé, Decathlon, La Redoute, H&M Home, Galeries Lafayette, Ripley, La Poste, AccorHotels ou encore Darty*. [421]»
Cette croissance s'est accompagnée d'un nombre important d'embauches avec un plan de recrutement de 1700 personnes sur trois ans. L'augmentation notable et rapide du nombre de salariés, notamment ceux participant aux développements techniques, apparaît comme un « *indicateur de performance organisationnel* [422]», et participe de la valeur de l'entreprise et de son attractivité aux yeux des investisseurs. Cependant, cette croissance significative du chiffre d'affaires et du nombre de salariés s'exerce sur des filières très concurrentielles où les GAFAM ont déjà massivement investis depuis plusieurs années. Les opérateurs de marketplaces, notamment français, qui se lancent ex-nihilo se retrouvent confrontés à une concurrence loin d'être « *pure et parfaite*[423] ». Bouquillion (2005) souligne ainsi que :

> « *Les marchés des industries de la culture et de la communication fonctionnent ainsi dans une logique d'oligopole*[424] ».

De fait, dans la valorisation de son activité, Mirakl bénéficie de la « *redistribution des cartes au profit des acteurs des industries de la communication* [425]» mais se retrouve tout de même aux prises avec des acteurs internationaux mieux dotés et déjà insérés dans la filière des places de marché.
Du côté, de sa dernière levée de fonds, Silver Lake (https://www.silverlake.com/?v=2), société américaine d'investissement dans les nouvelles technologies, a participé à l'opération. Ce fonds a déjà investi, souvent en actionnaire majoritaire, dans plusieurs géants du numérique comme Twitter, AirBnb, Dell, Motorola, Skype, Alibaba. L'opération ici évoquée fait écho aux propos de l'économiste François Morin (1999), qui soulignait le fait que :

> *« La pénétration des normes anglo-saxonnes est aujourd'hui impressionnante et totale. Cette infiltration est attestée par la présence, actuellement massive, des investisseurs nord-américains dans le capital des firmes françaises.*[426] »

Un des derniers éléments permettant d'appréhender la trajectoire de Mirakl dans les industries de la communication repose sur les co-fondateurs de la société. Philippe Corrot et Adrien Nussenbaum avaient déjà eu une expérience entrepreneuriale commune avec la création de Splitgames en 2005. Cette plateforme d'échange de jeux vidéo reposait sur l'hypothèse que :

---

[421] https://fr.fashionnetwork.com/news/Mirakl-revendique-4-3-milliards-de-dollars-de-volume-d-affaires-en-2021,1376557.html consulté le 24/02/2022
[422] https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1201345-les-indicateurs-de-performance-d-une-entreprise/#:~:text=Le%20taux%20de%20rentabilit%C3%A9%2C%20le,sant%C3%A9%20r%C3%A9elle%20d'une%20entreprise. Consulté le 28/02/2022
[423] Bouquillion, P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication : Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles. » Réseaux, 111-144. https://doi.org/
[424] Ibid.
[425] Ibid.
[426] Morin, 1999.

> *« Chaque utilisateur du site peut envoyer envoie un jeu vidéo qu'il souhaite échanger. Il reçoit alors un nombre de points correspondant à la cote du jeu, avec lequel il peut redemander un autre jeu à un autre utilisateur* [427]*»*

Seulement un an après son lancement, Splitgames lève deux millions d'euros auprès de Crédit Agricole Private Equity, et est finalement acheté par la Fnac en 2008. La brique de R&D ayant permis l'émergence de la marketplace Splitgames a également permis le développement de la marketplace de Mirakl, et, plus tard, de Fnac.com :

> *« Fnac.com rachète SplitGames qui devient Fnac Gaming Network. La technologie de Marketplace utilisé pour GamesOfficer devient la brique de base de la Marketplace de Fnac.com* [428]*»*

Avant Splitgames, Philippe Corrot avait déjà eu plusieurs expériences entrepreneuriales : une société de conseil spécialisée dans le développement de solutions technologiques de données et une société spécialisée dans la conception et la distribution de bijoux et d'accessoires de mode, vendue au leader européen du secteur en 2005. De son côté, Adrien Nussenbaum, l'autre co-fondateur de Splitgames et de Mirakl, est diplômé d'HEC et possède une expérience de l'investissement. Les éléments socio-économiques évoqués questionnent la trajectoire future de développement de Mirakl. : le « coup » financier va-t-il se confirmer pour Silver Lake et les autres acteurs ayant investi dans la société française ? Quelles conséquences de ces multiples levées de fonds sur l'emploi et l'activité de Mirakl ? L'entreprise française saura-t-elle s'inscrire dans la durée face à ses différents concurrents internationaux ?
Les différentes interrogations et hypothèses soulignées dans le cas de la trajectoire de Mirakl concernent également d'autres acteurs français agissant dans le développement de briques technologiques dans les filières du numérique et dont les trajectoires ont été étudiées dans cette thèse.

Étude de la trajectoire de Cycloïd qui agit dans le développement de logiciels et de l'administration des systèmes informatiques et qui lève des fonds auprès du fonds Orange Ventures

Cycloïd est également une des entreprises composant le terrain de cette recherche. Créée en 2015 par Benjamin Brial, également diplômé d'HEC, cette société a levé 3 millions d'euros auprès du fonds en CVC, Orange Digital Venture. La création de synergies avec les activités de l'opérateur de télécommunications français est évoquée comme la raison principale de l'investissement.

> *« Cette plateforme s'inscrit dans un triple contexte : une transition massive des entreprises vers le Cloud, une raréfaction des ressources compétentes associée à une mutation organisationnelle des équipes et la fragmentation croissante des outils et des plateformes d'hébergement.* [429] *»*

Orange, dans son communiqué de presse annonçant la prise de participation en 2019, souligne que Cycloïd est référencé parmi « *les rares acteurs français certifiés Advanced Technology*

[427] https://everybodywiki.com/Splitgames consulté le 28/02/2022
[428] Ibid.
[429] orange.com/fr/newsroom/communiques/orange-digital-ventures-investit-dans-cycloid-une-plateforme-devops-qui consulté le 28/02/2022

Partner par AWS partenaires[430] ». Cette information avait déjà donné lieu à plusieurs articles dans la presse généraliste et spécialisée. Ainsi, le 19/12/2017, le Journal du Net titrait un de ces articles : « *Cycloïd, nouveau bras armé du cloud d'Amazon en France* [431]».
Afin de mieux comprendre ce que signifiait ce partenariat stratégique dans la valorisation de Cycloïd auprès notamment d'Orange, j'ai parcouru plusieurs écrits sur le sujet. Dès lors, il semble qu'Amazon, à l'instar des acteurs des GAFAM, cherchait à gagner des parts de marché dans les filières du e-commerce. Dans un article publié en 2020, Hormez et Desmet soulignent qu'au travers du service nommé « Amazon basics » qui propose de plus en plus de produits aux consommateurs :

> « *La firme désire aussi augmenter son contrôle sur les marchés de produits ou services plus complexes. Pour atteindre rapidement cet objectif, Amazon noue des partenariats avec d'autres entreprises, comme la chaîne américaine « Whole Market ». L'objectif est ici de ne plus se suffire comme simple plate-forme d'e-commerce mais d'avoir un contrôle direct sur les produits ou services vendus à travers des point de vente « offline », ce qui ouvre Amazon à de nouvelles opportunités (Schaverien, 2018).*[432] »

La logique de partenariats mise en place par Amazon, s'apparente à celle mise en place par Google au début des années 2000 et à laquelle Bouquillion Miège et Moeglin se sont déjà intéressés :

> *« Dans cette même logique, le partenariat avec AOL en mai 2002 a ouvert à Google les dizaines de millions d'internautes utilisant CompuServe, Netscape et AOL.com. Ainsi, Google est progressivement devenu quasiment incontournable grâce à ces accords avec d'autres acteurs. Ces accords, dans un premier temps du moins, semblent avantager les diverses parties en présence. Les partenaires de Google y voient alors une façon d'attirer du trafic à moindre frais, tandis que les internautes bénéficient de l'apparente gratuité du service. Un ensemble complexe - dont on ne peut rendre compte ici - de transformations et d'extensions des services de Google concourt aussi à construire, en fait assez rapidement, la position dominante de cette firme. Citons, par exemple, la création d'Adwords en octobre 2000, puis sa modification en février 2002, qui permet de mettre en concurrence les annonceurs.*[433] »

La stratégie de partenariats entreprise par Amazon, notamment avec des petits acteurs français agissant dans des activités proches de celles de la firme telles que les briques de R&D de Cycloid sur le cloud et le devops (« *mouvement en ingénierie informatique et une pratique technique visant à l'unification du développement logiciel et de l'administration des infrastructures informatiques, notamment l'administration système* [434]»), participe du maintien de la position dominante de la firme américaine. Ces partenariats permettent l'intégration, à moindre coûts, d'activités connexes et l'exploitation des briques de R&D dont les investissements ont été réalisés par des petites structures des industries de la communication

---

[430] Ibid.
[431] https://www.journaldunet.com/solutions/cloud-computing/1205739-cycloid-nouveau-bras-arme-d-aws-en-france/ consulté le 28/02/2022
[432] Homez, F., Desmet Q., « Quel avenir pour les écosystèmes des GAAM à l'heure de l'avènement du Cloud et de la 5G »
[433] Bouquillion P ., Miège B., Moeglin P., (2013), « L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles »
[434] https://fr.wikipedia.org/wiki/Devops consulté le 28/02/2022

telles que Cycloïd. Entreprises de petite taille situées à la frange de l'oligopole, qui prennent les risques induits par le renouvellement permanent des briques technologiques et largement confrontées à l'incertitude et au risque d'échec du projet d'entreprise. Et, d'un autre côté, Amazon, qui n'a rien inventé et se contente de reproduire la logique mise en place dès 2002 par Google, via Google Actualité et évoquée par Bouquillion, Miège et Moeglin :

> *« L'internationalisation très rapide et très large, en particulier grâce à des accords avec des acteurs du web étrangers, et à des traductions en de nombreuses langues, est aussi à rappeler. L'association avec des contenus extérieurs du groupe via des référencements constitués en "services" offerts aux internautes commence notamment avec la création de Google Actualité en septembre 2002. Elle s'étendra considérablement un peu plus tard, à partir de la fin 2004 et de 2005 avec, pour ne citer que l'un des premiers services, la création de Google Livres (en décembre 2004).*[435] *»*

Cependant, au-delà de la stratégie de partenariats mise en place par Amazon, c'est la stratégie d'Orange en tant qu'investisseur qui m'intéresse dans le cas de la levée de fonds de Cycloïd. L'entretien semi-directif mené avec un des responsables d'investissement du fonds Orange Ventures n'a pas permis d'évoquer la stratégie de l'industriel en dehors de la volonté de créer des synergies avec les activités du groupe et de l'ambition d'attirer des « talents » via le financement d'entreprises dites « innovantes » :

> *« L'innovation qui est l'actif le plus risqué, il fallait trouver une façon de la financer, et c'est par le venture capital que ça c'est fait. Après, tous les groupes industriels se dotent d'un Corporate VC, donc ils ont une poche dédiée à cet investissement dans les start up. Parce que finalement, en perdant cette capacité à attirer les meilleurs talents, qui voulaient faire de l'innovation, bien finalement, ils sont obligés d'aller chercher l'innovation à la manière de financiers en allant se pluguer avec les mêmes outils sur le marché.* [436]*»*

En investissant dans Cycloïd, Orange bénéficie également des avantages liés à son partenariat avec Amazon, en plus des avantages liés aux potentielles synergies entre la petite entreprise et l'industriel :

> *« Orange accueille ainsi un nouvel acteur dans son écosystème d'innovation et confirme sa position en pointe dans la transformation vers le DevOps : Cycloïd sera accessible aux équipes du Groupe et à ses partenaires commerciaux afin d'accélérer la simplification de l'outillage et l'efficacité opérationnelle des équipes* [437]*»*

Les autres pans de la stratégie d'investissement d'Orange ne sont cependant pas évidents à identifier. La performance et le renouvellement de l'outillage technologique de l'industriel sont des composantes de cette stratégie :

> *« Après ses accords avec Microsoft et Google, Orange noue un partenariat stratégique avec Amazon Web Service, numéro un mondial du cloud d'infrastructure. De quoi*

---

[435] Ibid 389.

[436] Extrait d'entretien semi-directif mené avec un responsable d'investissement d'Orange Ventures et dont la totalité de la retranscription se trouve en annexe du manuscrit.

[437] https://www.orange.com/fr/newsroom/communiques/orange-digital-ventures-investit-dans-cycloid-une-plateforme-devops-qui consulté le 28/02/2022

conforter son positionnement d'acteur agnostique dans l'accompagnement des entreprises dans leur migration vers le multicloud.[438] »

Cependant, dans le cas de Cycloïd, je ne suis pas parvenu à dégager davantage d'éléments stratégiques. Le responsable interrogé a souhaité rendre anonyme les différentes opérations réalisées et les noms des fondateurs ayant levé des fonds. Celui-ci s'est exprimé sur la « thèse d'investissement » d'Orange Venture et de la vision du « capital risque ». Lors de notre entrevue, j'ai posé la question suivante :

« *Vous faites du SEED, vous, chez Orange Venture ?* »

La réponse de l'interrogé a été la suivante :

« Alors on en fait un peu en Afrique. Et éventuellement, si une boite nous est vraiment très chaudement recommandée par des opérationnels d'Orange. Mais sinon on est plutôt sur de la late série B, ou early série C. [439]»

Cette réponse reprend les éléments de langage proposés dans un communiqué de presse de janvier 2021 disponible sur le site d'Orange au sujet d'une potentielle « mission » d'accompagnement des petites entreprises par Orange Venture :

« Présent à Paris et à Dakar, Orange Ventures accompagne les start-up à tous les stades de développement, depuis l'amorçage en Afrique et au Moyen Orient, jusqu'aux sociétés plus matures en Europe et aux Etats-Unis, avec des investissements unitaires pouvant atteindre 20 millions d'euros par levée de fonds. Pour Orange, Orange Ventures a pour vocation de favoriser l'émergence de futurs champions technologiques au service de la transition vers un monde toujours plus digital et responsable, au service de tous, afin de partager les capacités d'innovation de ceux-ci avec les 256 millions de clients du Groupe dans le monde. Pour cela, Orange Ventures innove en proposant des processus de création de synergies, souples et optionnels, mais très structurés, entre Orange et les start-up. [440]»

Afin de mieux comprendre la vision de l'investissement prônée par le fonds en CVC Orange Ventures, j'ai abordé la question du risque, et surtout des ratios de retour sur investissement appliqués lors des opérations de levées, évoqués dans le chapitre précédent de cette recherche doctorale :

« Donc vous intervenez à un stade assez avancé ? Le risque qu'au moment où vous vous intervenez et quand même assez amorti entre guillemets, assez limité ni les moindres, mais le retour sur investissement, temps de retour sur investissement en soi. »

A cette question, le responsable investissement a répondu :

« Oui, le risque est moindre mais nos attentes de retour sur investissement sont à 6 mois du coup. Typiquement, un fonds de seed s'il va chercher, il va investir sur la base d'un

---

[438] https://www.usinenouvelle.com/article/pourquoi-orange-noue-un-partenariat-strategique-avec-amazon-dans-le-cloud.N1032319 consulté le 28/02/2022

[439] Ibid 347.

[440] https://www.orange.com/fr/newsroom/communiques/2021/orange-renforce-son-activite-dinvestissement-en-capital-risque-en-creant consulté le 28/02/2022

TRI de 40-45%, un fonds en SERIE A va investir sur du 35%, en série B tu es plutôt sur du 30%, quand tu investis en SERIE C, tu es plutôt sur du 25. »

L'investissement réalisé par Orange Ventures dans le capital de Cycloïd a été justifié ainsi dans un communiqué de presse :

> *« Cycloïd a déjà imprimé sa marque dans l'écosystème français du cloud. Comptant parmi les rares acteurs français certifiés Advanced Technology et Consulting Partner par AWS, la société cible aussi bien les grands comptes souhaitant industrialiser leur approche DevOps que les petites équipes cherchant à l'outiller.* [441]*»*

Trois hypothèses peuvent permettre de justifier l'opération réalisée dans Cycloïd par Orange Ventures :

- Le partenariat conclu par Cycloïd avec Amazon Web Service (AWS) qui est une opportunité stratégique pour l'industriel français d'affirmer sa présence dans les technologies du Cloud et du support aux entreprises clientes,
- La possibilité d'exploiter la technologie DevOps et Cloud développée par la jeune entreprise auprès de ses clients et partenaires à moindre coût,
- La volonté de se protéger d'un concurrent plus agile et ainsi, de maintenir une position dominante dans la filière.

Étude de la trajectoire d'un réseau social de mise en relation entre voisins, qui a levé des fonds auprès du fonds d'investissement en CVC d'un grand assureur français. (Les noms du fondateur et de l'investisseur interrogés ont été retirés conformément à leur souhait d'anonymisation)

La société, a été créé en 2014 et compte une quinzaine de salariés depuis cette date. Au travers de son réseau social qui revendique 400 000 utilisateurs, la petite entreprise met en relation les habitants d'un même quartier ou d'une même ville afin de favoriser l'échange de services et d'objets. Un an après la création de la société, ont été levés les premiers fonds auprès du fonds d'investissement de l'assureur.
Le fonds en CVC existe, lui, depuis 2015, cette levée est donc une des premières opérations réalisées par le fonds. La stratégie du fonds de 2015 à 2019 était axée sur trois types d'investissements, systématiquement assorties de partenariats avec les activités du groupe en fonction du projet développé par les entreprises soutenues :

- Des investissements dans des entreprises qui adressaient un service pouvant s'adapter aux clients de l'assureur. En plus de son rôle d'investisseurs, le fonds se positionnait alors comme un apporteur d'affaires pour les entreprises soutenues,
- Dans le cas d'activités dans le secteur des assurances, le fonds exploitait la technologie développée par la petite entreprise au sein des activités du groupe,
- Des investissements dans des jeunes entreprises développant des plateformes de marketplaces pouvant se coupler aux activités de l'assureur, comme celle développée par la société en question.

[441] Ibid.

Le responsable investissement interrogé insiste sur le changement de positionnement du fonds à partir de 2019 notamment lié à des difficultés à créer des synergies avec les activités de l'assureur.

> *« Donc ça c'était le positionnement du fonds de 2015 à 2019, et le constat c'est que ce n'est pas toujours simple et évident de matérialiser ces synergies. L'entreprise a d'autres enjeux que soutenir les start up, les start up c'est un pouième dans les activités du groupe mais la priorité c'est quand même de générer 3 milliards de primes par an et de servir ses 3Millions et demi de sociétaires. Donc parfois, il peut y avoir des roadmap qui dérapent, cela peut générer de la frustration chez les entrepreneurs parce qu'on ne délivre pas les synergies dans les délais attendus. A l'inverse c'est les start up qui vont fournir un service dont le niveau de qualité ne va pas être à la hauteur du niveau d'exigence du groupe qui a des attentes qui sont celles d'un grand groupe, avec des exigences importantes au niveau de la relation client et qui ne peut pas se permettre de pousser à ses sociétaires un service qui ne soit pas parfait.*[442] *»*

Tout comme Orange Ventures, le fonds dont il est ici question s'est éloigné des investissements dits en « pré-seed » pour se concentrer sur des entreprises avec un stade de développement plus avancé, et, de fait, un retour sur investissement potentiellement plus élevé et surtout avec une prise de risque moins importante.

> *« Donc le positionnement actuel c'est d'investir dans des boîtes du SEED à la Série B. Le SEED c'est la première levée de fonds dans laquelle entrent des investisseurs externes. Une fois que les dirigeants de la start up et leur cercle très proches ont investi sur leurs deniers personnels, pour juste créer une première version du site ou du produit, ensuite la première levée de fonds de quelques centaines de K euros à 2-3 millions, c'est ce que l'on appelle la levée de SEED ou amorçage. On peut arriver à partir de ce stade jusqu'à la Série B - stade où l'entreprise n'est pas loin de la rentabilité mais souhaite ré accélérer pour diversifier son offre de service de produits, attaquer de nouveaux marchés, structurer ses équipes et passer un cap.*
> *Donc il y a un effort d'investissement significatif qui est fait, mais s'il n'était pas fait la boite pourrait tendre à la rentabilité mais avec une trajectoire de croissance qui serait assez plate. »*

Du côté de l'entreprise étudiée, la levée de fonds est envisagée comme une opportunité de développement commercial, incluant de nouvelles cibles et le recrutement de nouveaux collaborateurs. Du moins, ces arguments sont ceux contenus dans le communiqué de presse annonçant la levée de fonds. Cinq ans plus tard, lors de mon échange avec le fondateur, j'ai voulu connaître sa stratégie de développement en lien avec l'augmentation de capital réalisée quelques mois après la création de la société. A la question,

> « *Quand tu as créé ton entreprise, tu pensais directement qu'il fallait lever des fonds ou ça ne faisait pas partie de ta stratégie ?* »,

[442] Extrait d'entretien semi-directif mené avec un responsable d'investissement et dont la totalité de la retranscription se trouve en annexe du manuscrit.

Ce à quoi le fondateur a répondu :

> *« On était dans une approche plus BtoC à l'époque que maintenant, tu ne peux rien faire sur ce marché-là. Sur des solutions uniquement BtoB où tu trouves assez vite ton project fit, et tes clients pro […] tu peux ne pas solliciter de levées de fonds et tu peux ne pas en avoir besoin. Mais quand tu développes une application et qu'il faut être présent sur tout l'App store, qu'il faut un peu d'acquisition, il y a assez peu de start up en BtoC qui peuvent se permettre de pas lever de fonds.* [443]*»*

La première augmentation de capital a permis, selon les dires du fondateur, de passer de 3 à 15 salariés et d'embaucher des profils marketing, développement informatique, etc. La levée de fonds a également permis de développer des versions plus abouties de l'application mobile. Cependant, il confie avoir réalisé cette opération trop peu de temps après la création de la société :

> *« Aujourd'hui on est à la version 4 mais à l'époque oui, il n'y aurait pas eu de V2, pas de V3… Après à refaire, je ne le referais évidemment pas comme ça. C'était l'argent trop vite et trop facile. Ce qui peut être, je pense, ne te challenge pas assez, je crois. Quand tu as de l'argent trop facilement, ce n'est pas bon non plus. »*

En conclusion de notre entretien, le fondateur interrogé souligne une certaine inadaptabilité des critères d'éligibilité et de l'accompagnement mis en place par les fonds d'investissement qui ne tiennent pas compte des caractéristiques des petites entreprises dites « innovantes ». Ce dernier souligne que la viabilité financière des entreprises prime sur toutes les autres composantes de l'investissement :

> *« Ce qu'il faut retenir, c'est que chaque dossier est différent, chaque entrepreneur est différent, que les fonds assez tradi, parisiens, ont quand même une certaine nomenclature à respecter, ils ont une certaine grille de lecture à appliquer. Ce n'est souvent pas très innovant et c'est souvent les mêmes métriques qu'ils regardent. Alors je ne dis pas que notre éco système et notamment depuis la création de la FRENCH TECH dans laquelle je suis impliqué depuis le début n'a pas une issue positive. Heureusement qu'il y a ça ! mais, au final, combien de champions ont créé sur combien de plantages derrière ? Il faut aussi, des fois, prendre plus de risques, en plus maintenant il y a l'impact qu'il vient se rajouter donc ça laisse croire à beaucoup d'entrepreneurs que l'impact c'est un modèle, bah non en fait. Là aussi grosse désillusion depuis deux ans : il y a une émergence de fonds impact importante, c'est bien mais il ne faut pas se voiler la face. Ce qui leur faut ce sont des modèles économiques qui tournent, avec de la viabilité financière. Et l'impact n'est qu'une surcouche pour eux. »*

[443] Ibid 354.

Étude de DYDU (Do You Dream Up), petite entreprise française qui agit dans le développement de robots conversationnels et qui lève des fonds auprès d'Entrepreneur Invest, Crédit Agricole Aquitaine, et BPI France après 12 ans d'autofinancement

Depuis sa création en 2009, l'entreprise située à Bordeaux parvient à s'autofinancer pendant douze ans, et vient de boucler, en 2021, sa première levée de fonds d'un montant de 6,3 millions d'euros auprès de différents acteurs financiers. Entrepreneur Invest, le Crédit Agricole Aquitaine et Bpifrance ont ainsi pris part à l'augmentation de capital. Cependant, je n'ai pu réaliser d'entretien semi-directif avec les co-fondateurs pour comprendre ce changement de stratégie de développement, pour peu qu'il s'agisse bien d'un changement de stratégie.
Mes lectures sur l'opération ont permis d'identifier quelques hypothèses pour justifier de cette trajectoire de croissance unique au sein de mon panel.

> *« Nous n'étions pas obligés de réaliser cette levée de fonds, explique Christophe Bonichon. Nous ne sommes ni une startup structurellement déficitaire, ni des têtes brûlées. Ces fonds vont être investis dans la croissance et non dans le quotidien car nous n'en avons pas besoin. » L'entreprise compte 45 salariés dont 9 à Bordeaux, et 4 recrutements vont être effectués sur le site de R&D pour renforcer les équipes.*[444] »

Du point de vue de la technologie, les chatbots (robots conversationnels) s'appuient sur une base de données de questions et de réponses qui sont mobilisés en fonction des mots-clés identifiés dans une conversation entre l'agent virtuel et l'usager. Les trois co-fondateurs de DYDU ont développé leur propre technologie NLP (« *Natural Language Processing est une technologie qui permet aux machines de comprendre le langage humain* »[445]) dans une filière où les principaux concurrents ont investi depuis le début des années 2000 dans l'intelligence artificielle et les algorithmes. Ainsi, très tôt, Apple avec Siri, Google avec Google Now, Facebook et Microsoft avec Cortana ont misé sur les chatbots pour automatiser leurs services de messageries instantanées et la relation client.
DYDU a donc été créée dans une filière très concurrentielle des industries de la communication, et, pour se faire une place a toujours maintenu d'importants investissements en R&D. Contrairement à d'autres entreprises de mon panel, DYDU a très vite commercialisé les premières versions de ses robots, notamment auprès d'industriels français tels qu'EDF, la SNCF ou PSA. Dans sa trajectoire, DYDU n'a jamais eu recours à la levée de fonds et a toujours fonctionné en autofinancement en bénéficiant des exonérations de cotisations patronales grâce au statut JEI et au CIR qui ont soutenu les investissements permanents en R&D. Le développement de sa propre technologie NLP dès la création de la société a permis à DYDU de se développer indépendamment des autres acteurs du marché et de posséder une certaine avance technologique sur ses concurrents, notamment français. Un des arguments avancés par les co-fondateurs pour justifier de la levée de fonds de 6,3 millions d'euros réalisée en 2021 est le « *maintien de l'avance technologique* ». Afin de conserver les marchés signés dès 2011 avec une majorité des sociétés du CAC 40 et afin de tenter de développer le nombre de clients, y compris à l'international, les fondateurs ambitionnent d'apporter de nouveaux développements à leurs solutions. Située sur un double marché, à la croisée de l'intelligence

---

[444] https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/financer-sa-croissance/0610624265396-dydu-leve-6-3-millions-pour-developper-ses-chatbots-en-saas-342651.php consulté le 28/02/2022

[445] https://experiences.microsoft.fr/articles/intelligence-artificielle/dialoguer-avec-les-robots-le-natural-language-processing/#:~:text=Le%20NLP%20ou%20Natural%20Language,moteurs%20de%20l'intelligence%20artificielle. Consulté le 28/02/2022

artificielle et du support au client, l'équipe de fondateurs originelle a engagé un nouveau directeur général ayant travaillé pendant plusieurs années chez Microsoft et IBM.
Au-delà de la nécessité d'investir massivement dans la R&D pour rester compétitifs dans une des filières très concurrentielles, les fondateurs ont laissé entendre qu'ils rencontraient des difficultés à recruter et à communiquer :

> *« Nous devons aussi faire plus de communication autour de notre offre. On a une longueur d'avance sur la technologie mais trois de retard sur la com' par rapport à de nouveaux acteurs qui sont très bons là-dedans* [446] *»*

Avant la levée de fonds, l'entreprise comptait une cinquantaine de salariés dont un tiers à Bordeaux, et quatre recrutements vont être effectués pour renforcer les équipes de recherche. L'autre spécificité dans la trajectoire de DYDU est la délocalisation de l'activité de Paris à Bordeaux six ans après la création de la société. Au même titre que les technologies de marketplaces ont été investies par les GAFAM, au niveau du marketing et de la communication ce sont les robots conversationnels qui représentent les investissements majeurs en R&D, tant du côté des grandes entreprises américaines, que des petits acteurs français comme DYDU. Au sujet des chatbots, Debos (2019) précise que les GAFAM ont largement investis dans le développement de ce moyen de communication :

> *« Facebook prépare ainsi un outil capable de générer automatiquement un avatar personnalisé à partir d'une photo tandis qu'Apple a déjà introduit les avatars dans son nouvel IPhone X. De tels avatars permettent aux utilisateurs de personnifier leur humeur, leur identité et de réagir rapidement à l'actualité ou à une situation. Pour une entreprise, le recours à un avatar renforce l'image de marque et humanise les échanges* [447] *»*

Dans l'évaluation de la petite entreprise, les fonds ayant investi dans DYDU ont misé sur le fait que les technologies chatbots développées ne se contentent plus de répondre aux questions des usagers mais deviennent de véritables outils de marketing avec des champs d'application très importants. Au sujet des développements technologiques en cours, Debos (2019) précise les possibilités :

> *« Les actions développées par les chatbots et souhaitées par les consommateurs sont essentiellement : la satisfaction de besoins ponctuels, s'informer des actualités sur un sujet donné, réserver un moyen de transport, un hébergement, commander un repas, rechercher un produit et/ou un service, surveiller un domaine d'activité, répondre à une question technique et organiser l'emploi du temps.* [448]*»*

La multiplicité des développements et le nombre important de champs d'application de cette technologie en font un objet de R&D attractif pour les acteurs financiers et industriels. Ce qui explique l'importante levée de fonds réalisée par DYDU, mais également le fait, que le renouvellement des briques technologiques pour proposer de nouvelles fonctionnalités nécessite de très importants et de très réguliers investissements. Nous pouvons donc supposer que l'autofinancement, malgré un chiffre d'affaires important, ne puisse plus à lui seul

---

[446] https://objectifaquitaine.latribune.fr/innovation/2017-06-29/les-chatbots-de-do-you-dream-up-en-pleine-acceleration-741455.html consulté le 01/03/2022

[447] Debos, F. (2019), « Les chatbots, vecteur humanisant ou financier ? » Information, Communication et Humanités Numériques. Enjeux et défis pour un enrichissement épistémologique, 213.

[448] Ibid.

permettre de réaliser les investissements pour le renouvellement technique des briques et des équipes de R&D. Cela ayant conduit les co-fondateurs à inclure dans leur stratégie de développement, non pas un industriel ou un concurrent qui auraient pu modifier en profondeur la trajectoire de l'entreprise, un ancien salarié responsable chez Microsoft, et des acteurs financiers de taille moyenne qui injectent les liquidités nécessaires pour garantir une avance technologique par rapport à des concurrents. De plus, la spécificité de cette petite entreprise repose dans le changement de trajectoire après douze années d'existence. Ce changement démontre que les sept trajectoires mises en avant dans cette recherche doctorale ne sont pas figées et des entreprises sont amenées à en changer en fonction des évolutions de la stratégie de financement et de développement.

La présentation de ces 5 opérations de levées de fonds et de cessions d'activités s'ancre dans certaines thématiques abordées par des auteurs en SIC (Pradié 2003 ; Pradié 2005; Bouquillion 2012). Dans sa thèse de doctorat Perrin (2016), souligne le fait que :

> *« L'évolution des politiques publiques en faveur des jeunes entreprises vers des modalités d'interventions essentiellement axées autour de la réalisation d'effets de leviers, implique l'intervention de la sphère financière, et dans le cas des jeunes entreprises, du capital-investissement.*[449] *»*

Plusieurs acteurs financiers et industriels ont été évoqués. Les motivations, les tickets d'investissement et les modalités d'intervention varient d'une opération à l'autre. Qu'elles soient menées par des acteurs financiers ou industriels, français ou internationaux, afin de faire d'augmenter leur rentabilité, d'exploiter une technologie, de mettre la main sur des contenus ou des données, ou de maintenir une position dominante, ces opérations ont un effet sur la trajectoire des petites entreprises, mais également sur la structuration des filières du numérique et de la création. La motivation de chaque acteur diffère en fonction du risque, des montants investis, de la connaissance du secteur. Pour Perrin (2016) toujours,

> *« La décision d'investissement de l'ensemble de ces acteurs intègre une dimension double : la dimension financière (réalisation de plus-value et défiscalisation), mais aussi des enjeux subjectifs notamment liés à l'expérience et à la vision des secteurs concernés de la part des individus fondateurs ou dirigeant les fonds.*[450] *»*

L'évolution des critères et des thèses d'investissement de certains fonds traduit la volonté d'augmenter le retour sur investissement tout en réduisant le risque et ce au détriment des spécificités des petites entreprises du numérique et de la création. Les entretiens menés avec les responsables d'investissement traduisent également l'inadaptabilité du système financier et des acteurs industriels à soutenir les activités des petites entreprises qui investissent dans la R&D et l'innovation. Dans le cas des entreprises de mon panel, Mirakl, avec ses 5 levées de fonds records, fait office d'exception.

---

[449] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 133)
[450] Ibid.

CHAPITRE 3 : Dans quelles mesures les dispositifs de financement de l'innovation et de la création mis en place par les institutions européennes, nationales et régionales concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux au sein des petites entreprises du numérique et de la création ?

Après avoir étudié les enjeux du soutien public à la R&D et à l'innovation ainsi que le rôle des acteurs industriels et de la sphère financière dans la trajectoire des petites entreprises françaises du numérique et de la création, plusieurs enjeux ont été soulevés.
Les acteurs publics du financement, et notamment la banque publique d'investissement intègrent au sein de leurs dispositifs et des modalités d'intervention des mécanismes issus des acteurs financiers. Ainsi, les conditions d'obtention des subventions, avances remboursables, et prêts sont souvent conditionnées par les fonds propres disponibles. Les interventions en co-financement lors d'une augmentation de capital sont-elles, définies par des effets de levier. Enfin, semblent émerger de nouvelles modalités d'intervention de la part de l'État qui favorise le soutien par la garantie bancaire et les crédits d'impôts aux dépens de mesures de financement plus directes, telles que les subventions. De plus, l'étude approfondie des différents dispositifs de soutien public à l'innovation, à la créativité et à la R&D, montre une importante plasticité des dispositifs. Cette plasticité est renforcée dans le cas de certaines activités et de certains projets (notamment créatifs et innovants) qui peuvent se cumuler. Les entreprises ont également la possibilité de se tourner vers d'autres guichets de soutien tout au long de leur existence. Le cas précédemment évoqué d'une petite entreprise agissant dans le design végétal qui, pendant plusieurs années, a bénéficié des avantages du crédit d'impôt métier d'art avant de pouvoir bénéficier du crédit impôt recherche (sous l'impulsion des consultants d'Ambroise Conseil qui ont évalué les risques et les avantages de ce changement de stratégie) est symptomatique des évolutions d'activités des entreprises et de la plasticité des dispositifs publics.
D'après le tableau récapitulatif ci-dessous, les 60 entreprises de mon terrain sont éligibles à différents dispositifs publics de financement de l'innovation et de la créativité :

Éligibles au Crédit Impôt Recherche	**Éligibles au Statut Jeune Entreprise Innovante**	**Éligibles au Crédit Impôt Innovation**	**Éligibles au Crédit Impôt Collection**	**Éligibles au Crédit Impôt Métiers d'Art**	**Éligibles au Crédit Impôt Jeux Vidéo**	**Éligibles aux subventions R&D et/ ou innovation de BPI France**
43	27	14	3	2	1	8

Afin de rendre compte de ce qui se joue dans le financement des petites entreprises du numérique et de la création, il semble important de s'intéresser aux autres acteurs publics et semi publics qui n'interviennent ni dans le cadre des levées de fonds, ni dans le cadre du CIR. L'objet de ce troisième chapitre est donc de questionner l'opérance des dispositifs de soutien dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création, et également d'interroger le rôle et les enjeux des politiques publiques. Ces réflexions permettront d'apporter de nouveaux éléments de réponse à la question centrale animant cette recherche doctorale :

> *« Dans quelles mesures les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ? »*

BPI France : des solutions adaptées pour accompagner et soutenir les petites entreprises du numérique et de la création ?

Plusieurs entreprises de mon panel ont sollicité et bénéficié des dispositifs de soutien mis en place par la banque publique d'investissement (BPI France). L'organisme de financement a connu d'importants changements depuis le début des années 2000. Les différents changements de noms, - de l'ANVAR (Agence Nationale pour la Valorisation de la Recherche) à OSEO Anvar, puis à OSEO innovation, pour enfin devenir la BPI (issue du rapprochement avec la Caisse des Dépôts et Consignation, du Fonds stratégique d'investissement et d'UBIFRANCE) -, traduisent des changements de mission mais surtout des changements dans les stratégies et les modalités d'intervention. De fait, l'ANVAR intervenait essentiellement par le biais de subventions pour le financement de projet dits « *d'innovation* », BPI France favorise elle les effets de levier, et ce même si certaines aides de type subvention subsistent. Ainsi, depuis sa création en 2012, la banque publique d'investissement s'est vue confier, par l'État, la mission de favoriser :

> *« L'innovation, l'amorçage, le développement, l'internationalisation, la mutation et la transmission des entreprises, en contribuant à leur financement en prêts et en fonds propres* [451] *»*

Cette mission traduit une évolution de l'intervention de l'État dans le financement de l'innovation qui se traduit par un rôle d'investisseurs proche de celui d'un fonds d'investissement :

> *« Les activités d'investissement de Bpifrance répondent à sa mission d'investisseur avisé de long terme, au service de l'intérêt collectif. La banque publique investit en direct sur des ressources propres ou pour le compte d'investisseurs tiers, notamment l'État au titre du Programme d'investissements d'avenir (PIA). Elle investit également dans des fonds, notamment régionaux, à travers son activité de fonds de fonds.* [452]*»*

Le rôle d'investisseur est couplé avec une mission de « *développement économique territorial* » qui se traduit par la mise en place d'instances et de dispositifs communs avec les régions. Depuis sa création en 2012, BPI France doit répondre à l'absence des acteurs financiers sur certains projets, notamment ceux considérés comme étant « *les plus risqués* ».
Dans un rapport intermédiaire d'activité publié en 2019, le Pôle Évaluation, Direction de l'Évaluation, des Etudes et de la Prospective (DEEP) souligne le fait que conformément à la ventilation ci-dessous,

---

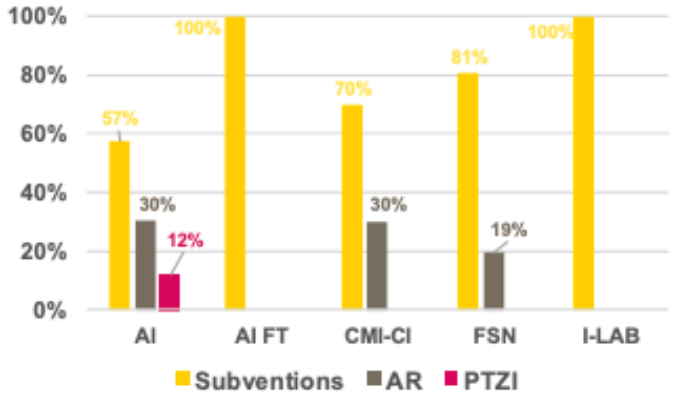
[451] https://www.ccomptes.fr/fr/publications/les-aides-publiques-linnovation-des-entreprises consulté le 02/03/2022

[452] Hayez, S. & Savel, F. (2018), « Bpifrance : entreprises et territoires » Revue d'économie financière, 132, 179-189. https://doi.org/10.3917/ecofi.132.0179

« Sur la période 2005-2018, 57 % des interventions octroyées dans le cadre des aides réseau sont effectuées via une subvention [453]»

Graphique 5 : Ventilation du nombre d'interventions

Par instrument et par dispositif, 2005-2018



Source : Bpifrance

Un rapport de la cour des comptes (https://www.ccomptes.fr/system/files/2021-06/20210520-aides-publiques-innovation-entreprises-2.pdf) montre une évolution des modalités d'intervention de BPI France à partir de l'année 2016. Entre 2016 et 2019, les interventions par des prêts n'ont cessé d'augmenter (560 en 2016 pour 610 en 2019), quand, dans un même temps, les subventions et avances récupérables ont diminué (317 subventions accordées en 2016 contre 284 en 2019).

Tableau n° 3 : subventions, avances récupérables et prêts distribués par Bpifrance

En M€	2016	2017	2018	2019
Subventions	317	340	299	284
Avances récupérables	177	196	183	169
Prêts	569	528	606	610
Total	**1 063**	**1 063**	**1 089**	**1 066**

Source : Bpifrance

[453] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/aides-a-innovation-rapport-intermediaire_et_avis.pdf consulté le 02/03/2022

Ces évolutions dans les modalités d'intervention soulignent ce que Perrin (2016) nomme un « *phénomène de bancarisation* [454]» de BPI France, déjà entamé lors de la fusion entre l'ANVAR et BDPME qui agissait dans le financement de produits bancaires.
Du côté de la banque publique, le financement des projets par les prêts est considéré comme l'instrument le plus efficace pour parvenir à générer un « *effet d'entraînement sur les financements privés* [455]» soulignant le mouvement de bancarisation de l'organisme, et la pénétration des acteurs de la sphère financière dans les politiques publiques de soutien.
Néanmoins, il est important de souligner que BPI France possède un statut particulier. Elle est détenue à 50% par l'État et à 50% par la Caisse des Dépôts, et réalise :

> *« 90% de son produit net bancaire dans le financement (crédit) et l'investissement, sur fonds propres, les 10% restants pour le compte de l'État (subventions à l'innovation, assurance export, garantie de financement)*[456] *»*

Dans sa mission d'investisseur, deux objets principaux de réflexion semblent importants à explorer pour comprendre le rôle de BPI France dans le soutien aux petites entreprises du numérique et de la création.
Le premier élément repose sur les investissements réalisés en capital innovation et capital développement par la banque publique. La BPI revendique un investissement annuel de « *plus de 3 milliards d'euros en fonds propres* [457] ». Or, pour Perrin (2016), cette activité d'investisseur a été financée par l'important apport en fonds propres de la part du FSI lors de la fusion avec la banque publique, et par le fait que les agences de notation aient approuvées la solvabilité de l'organisme :

> *« En s'appuyant sur ces fonds propres et la bonne notation de l'EPIC OSEO par les agences, La BPI peut donc lever de la dette sur les marchés financiers. Mais il faut préciser ici que les 20 milliards au capital de la BPI correspondent en grande partie à un apport d'actif, de participations. Il ne s'agit pas de liquidités.* [458] *»*

Dans la plupart des dispositifs de soutien mis en place, l'intervention en subventions de la BPI est conditionnée par les liquidités disponibles. Ainsi, la capacité d'intervention de la BPI est augmentée, mais pas nécessairement son intervention en subvention. Ce mécanisme pourrait participer à expliquer la prise de participation de BPI France dans les différents projets et permet de mieux comprendre ce qui se joue lorsqu'il est annoncé sur le site internet de l'organisme que les fonds en :

> *« Capital Innovation et Capital Développement investissent ensemble chaque année plus de 3 milliards d'euros en fonds propres et gèrent au total en direct un portefeuille de plus de 900 participations dans tous les secteurs d'activité* [459] *»*

---

[454] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 89)

[455] Bpifrance_Rapport_Dev_Durable_2020_VF2.pdf consulté le 02/03/2022
[456] https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/comment-bpifrance-a-realise-un-benefice-record-de-1-milliard-d-euros-812086.html#:~:text=Bpifrance%20n'est%20pas%20une,l'innovation%2C%20assurance%20export%2C consulté le 03/03/2022
[457] https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/investissement consulté le 03/03/2022
[458] Ibid 363.
[459] Ibid 366.

Néanmoins, en 2018, seules 104 jeunes entreprises auraient bénéficié d'investissements de la part du fonds en capital risque de la banque publique :

> *« Le résultat est plus mitigé pour le portefeuille de capital-risque en direct » : s'il se considère comme « le plus gros fonds de capital-risque français », avec 328 millions d'euros investis en 2018 (+20%), dans 104 jeunes entreprises, d'Agricool à Doctolib en passant par Scality ou Evaneos, et des cessions pour 120 millions d'euros (Netatmo racheté par Legrand, Recommerce, Nicox, Cryolog, etc.)*[460] »

Le second point à soulever repose sur le fait que BPI France adosse ses prises de participation et les prêts bancaires octroyés aux montants des fonds propres[461] des bénéficiaires. Or, d'après les caractéristiques des petites entreprises définies dans la première partie de cette recherche, les acteurs de petite taille du numérique et de la création ne correspondent que très rarement aux critères d'éligibilité financier de la BPI. Par les importants investissements en R&D réalisés et les difficultés à commercialiser le produit ou le service pendant plusieurs années, les structures étudiées connaissent généralement un ou plusieurs exercices avec un résultat négatif qui vient, mécaniquement réduire le niveau de fonds propres. Pour Perrin (2016),

> *« Les financements bancaires sont généralement conditionnés en partie à la réalisation d'un levier sur les fonds propres. Plus les fonds propres sont importants, plus la banque est susceptible de prêter. Cette même logique s'applique aux subventions. La Banque Publique d'Investissement (BPI France) conditionne le montant de ses aides au niveau des fonds propres des entreprises.*[462] »

Dans le processus de sélection, lorsqu'une entreprise soumet un projet de développement à BPI France, cette dernière procède à un calcul des fonds propres de la structure en y soustrayant les dettes (prêts bancaires notamment) et en y ajoutant les comptes courant d'associés. Ces derniers étant considérés comme des « *quasi-fonds propres* [463]». Cependant, comme le souligne le cabinet de conseil en financement de l'innovation, Finovup (dont la mission et la structure sont sensiblement similaires à celles d'Ambroise Conseil), cette modalité pénalise souvent les petites entreprises du numérique :

> *« En effet, il suffit parfois d'avoir un exercice déficitaire pour que les fonds propres soient quasiment nuls, voire négatifs. Dans ce cas, vous aurez très peu de chances de recevoir un financement public. La logique est que quel que soit votre projet à financer, la BPI prendra en charge une part seulement de votre programme de dépenses. Il faut donc démontrer que votre entreprise est en mesure d'assurer la part des dépenses qui lui revient. Cette règle des fonds propres constitue donc une garantie de votre solidité financière.*[464] »

---

[460] Ibid 365

[461] il s'agit des capitaux auxquels s'ajoutent le résultat, le report à nouveau, et les réserves de l'entreprise

[462] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* »

[463] https://www.finovup.fr/blog/aides-bpi-france-comprendre-la-limite-des-fonds-propres/ consulté le 08/03/2022

[464] Ibid.

Comme cela a déjà été évoqué, dans le cas de la très grande majorité des 60 entreprises étudiées, les deux voire les trois premiers exercices se soldent par des déficits comptables. Les capitaux propres sont donc nuls, voire négatifs et les entreprises ne peuvent donc prétendre à recevoir un financement de la part de BPI France. Cela se vérifie notamment dans le cadre du « Prêt Croissance [465] » mis en place par BPI France en vue de co-financer (en complément des établissements bancaires ou des investisseurs) des investissements immatériels et renforcer le besoin en fonds de roulement le BFR[466] des entreprises en croissance. Cependant, le montant du prêt est adossé est aux fonds propres et quasi-fonds propres du demandeur. Or, une entreprise avec des fonds propres négatifs ou nuls est d'emblée exclue de ce dispositif, qui a pourtant été mis en place dans le cadre de la mission de soutien confiée à BPI France visant à aider les entreprises rencontrant des difficultés à se financer dans les circuits bancaires traditionnels. De plus, la BPI a mis en place, en 2014, la Bourse French Tech afin de soutenir les jeunes entreprises dites « *innovantes* ». Bien que l'aide ne soit pas conditionnée au montant des fonds propres, plusieurs spécialistes du financement soulignent que :

> *« Bpifrance veillera à ce que les fonds propres couvrent à minima le montant non subventionné. Par exemple, pour une aide à 30 000 € financé à 70%, le budget éligible est de 42 850 €. Ainsi, cela signifie que la startup doit posséder au minimum 12 850 € de fonds propres [467] »*

Cette aide, qui peut atteindre 30 000€, et dont plusieurs jeunes entreprises de mon panel ont pu bénéficier, prend la forme d'une subvention, versée en deux temps :

> *« un acompte de 70% à la signature du contrat et le solde à la fin du projet sur présentation des justificatifs de dépenses. [468]»*

Cette subvention finance les premières étapes du projet entrepreneurial : validation du plan de financement, faisabilité technologiques, tests, communication et marketing, etc.

De leur côté, les régions mettent également en place des dispositifs de soutien aux petites entreprises dites « innovantes », en co-financement avec la BPI. En Ile-de-France notamment, les entreprises peuvent bénéficier « d'Innov'Up Faisabilité [469] » et en région Bretagne « d'Inno R&D [470]». Les critères d'éligibilité de ces deux dispositifs sont similaires à ceux évoqués pour les différents dispositifs gérés en direct par la banque publique. Malgré le nombre très important de dispositifs mis en place par la banque publique d'investissement, en partenariat avec les régions en vue de soutenir les entreprises qui engagent des dépenses d'innovation, une certaine inadaptabilité avec les caractéristiques des petites entreprises, notamment des industries culturelles et créatives, subsiste. D'un côté, les investissements importants afin de mettre au point une technologie ou un service innovant sont encouragés par les pouvoirs publics au nom de la compétitivité nationale et de la création d'emplois. Et, d'un autre côté, ce sont ces mêmes investissements qui accentuent le risque comptable, l'incertitude, voire l'échec de la petite entreprise du numérique et de la création et qui en font un acteur difficilement

---

[465] https://www.bpifrance.fr/catalogue-offres/generaliste/pret-croissance consulté le 22/05/2022

[466] Le BFR correspond à la somme nécessaire que l'entreprise doit posséder pour payer ses charges courantes en attendant de percevoir le paiement dû par ses clients https://www.l-expert-comptable.com/a/37381-qu-est-ce-que-le-besoin-en-fonds-de-roulement-bfr.html consulté le 08/03/2022

[467] https://www.winbids.fr/bourse-french-tech/ consulté le 08/03/2022

[468] https://www.bpifrance.fr/catalogue-offres/soutien-a-linnovation/concours-french-tech-tremplin consulté le 03/03/2022

[469] https://les-aides.fr/aide/Q5SP3w/region-ile-de-france/innov-up-faisabilite.html consulté le 22/05/2022

[470] https://www.bretagne.bzh/aides/fiches/inno-rd-2/ consulté le 22/05/2022

finançable pour les acteurs bancaires privés et publics. La Banque Publique, qui met en avant un accompagnement adapté, « proche et efficace » aux problématiques rencontrées par « les entreprises qui innovent », ne prend que peu de risque et ne possède pas une offre d'accompagnement réellement adaptée aux besoin des petites entreprises du numérique et de la création.

> *« Bpifrance finance et accompagne les entreprises – à chaque étape de leur développement – en crédit, en garantie, en aide à l'innovation et en fonds propres. Ce faisant, Bpifrance agit en appui des politiques publiques conduites par l'Etat et les Régions. Bpifrance les accompagne dans leurs projets de développement, de transition écologique et énergétique, d'innovation et à l'international. Grâce à Bpifrance et ses 50 implantations régionales, les entrepreneurs bénéficient d'un interlocuteur proche et efficace pour les soutenir dans la croissance durable de leur activité.*[471] »

Une nouvelle fois, le CIR apparaît comme le dispositif de soutien public le plus adapté aux caractéristiques et aux difficultés des petites entreprises du numérique et de la création car il s'agit d'un financement non dilutif, non lié aux fonds propres de l'entreprise et qui concernent toutes les entreprises, y compris des ICC, qui engagent des dépenses de R&D. Cependant, du point de vue de la mission de soutien et d'accompagnement des pouvoirs publics, le CIR souffre d'un déficit de notoriété et d'une certaine méconnaissance qui traduisent un manque voire une absence de communication. Quand, dans un même temps, la Banque Publique d'Investissement communique largement aux yeux du grand public (notamment lors de campagnes d'affichage dans les transports en commun ou d'évènements comme celui organisé à Bercy le 7 octobre 2022[472]) sur sa mission et ses différents dispositifs de soutien.

Les autres dispositifs de financement de l'innovation, de la R&D, et de la créativité sont-ils adaptés aux caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création ?

Après avoir largement discuté du rôle structurant du crédit d'impôt dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création, et évoqué le faible nombre d'entreprises éligibles aux dispositifs BPI France, qu'en est-il des autres acteurs du soutien et du financement tels que l'IFCIC, encore le CNC, l'Europe et les régions ? Ces guichets de financement mettent également en place des dispositifs et des programmes de soutien aux industries culturelles, communicationnelles, créatives et aux entreprises dites « innovantes » et « créatives ». Au-delà de la plasticité de ces dispositifs, et du nombre important de programmes à disposition des fondateurs d'entreprises et de leurs conseils, deux éléments stratégiques majeurs se dégagent et traduisent une évolution dans la vision des politiques publiques du soutien aux filières du numérique et de la création.
En premier lieu, les injonctions à l'innovation et à la créativité se matérialisent dans une très grande partie, voire la totalité, des dispositifs de soutien aux filières des industries culturelles et créatives. Tant dans les guichets fiscaux de financement (CIR, CII, JEI et autres crédits d'impôts y compris ceux gérés par le CNC), qu'au sein des organismes de soutien tels que l'IFCIC, l'Europe, les régions, et également BPI France.

[471] https://www.bpifrance.fr/nous-decouvrir/notre-mission consulté le 08/03/2022
[472] https://fr.fashionnetwork.com/news/Bpifrance-revient-avec-son-evenement-big-a-bercy-le-7-octobre,1340117.html consulté le 22/05/2022

En second lieu, les dispositifs fiscaux semblent progressivement s'imposer sur les autres modes de financement, et notamment les subventions. Cette tendance traduisant une évolution des stratégies à l'œuvre du côté des politiques publiques.
Dans la suite de ce paragraphe seront présentés et analysés les différents dispositifs auxquels peuvent prétendre les petites entreprises du numérique et de la création, en lien avec la question centrale qui anime cette recherche doctorale :

> *« Dans quelle mesure les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ? »*

Le statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante (JEI) :

Les entreprises engageant des dépenses de R&D peuvent, en cumul du CIR, bénéficier des avantages du statut JEI : une réduction de leur fiscalité et des charges sociales relatives à des emplois hautement qualifiés tels que les ingénieurs et les chercheurs. Les réductions fiscales permises par le statut JEI sont accompagnées d'exonérations de cotisations sociales patronales pour les chercheurs, les techniciens, les gestionnaires de projet, les juristes chargés de la protection industrielle et des accords de technologie liés au projet et les personnels chargés de tests pré-concurrentiels affectés à des travaux de R&D ou d'innovation.
A l'instar du CIR, le statut JEI, dans sa conception initiale de 2004 a été créé afin de :

> « *Stimuler l'innovation, la création d'emplois et la croissance des entreprises d'une manière qui n'aurait pas eu lieu en son absence.* [473]»

D'après les résultats de cette recherche, près de 40% des petites entreprises du numérique sont éligibles au statut JEI. De fait, ce dispositif fiscal est le second le plus sollicité par les structures de mon terrain, derrière le CIR. L'éligibilité au statut JEI est définie par les critères suivants :

> *« L'entreprise doit en plus de réaliser des dépenses de R&D à hauteur de 15 % minimum des charges fiscalement déductibles au titre de cet exercice,*
> - *Être une PME : Entreprise employant moins de 250 salariés, réalisant soit un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros, soit un total de bilan inférieur à 43 millions d'euros. Un dépassement de seuil n'a d'effet qu'après 2 exercices consécutifs,*
> - *Avoir moins de 11 ans d'existence (l'entreprise perd définitivement le statut de JEI l'année de son 11e anniversaire),-depuis le 1er janvier 2022 seulement (depuis sa création en 2004, 8 ans d'existence étaient requis)*
> - *Être indépendante. Son capital doit être détenu pour 50 % au minimum par l'une des personnes ou entités suivantes :*
> - *Personnes physiques*
> - *Autres JEI détenues au moins à 50 % par des personnes physiques*
> - *Associations ou fondations reconnues d'utilité publique à caractère scientifique*
> - *Établissements de recherche et d'enseignement ou par des sociétés d'investissement*

[473] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-avis-expert-octobre-2020.pdf consulté le 01/12/2021

- *Ne pas avoir été créée dans le cadre d'une concentration, d'une restructuration, d'une extension d'activité ou d'une reprise de telles activités* [474] »

Dès lors qu'elle remplit ces conditions, l'entreprise peut bénéficier des avantages du statut. Au même titre que le CIR, le statut JEI peut donc être considéré comme un dispositif d'accompagnement central dans la trajectoire des petites entreprises. En premier lieu car il encourage l'embauche de salariés contribuant aux travaux de R&D de l'entreprise via l'exonération des cotisations patronales d'Urssaf pendant les 8 premières années d'existence (« *les exonérations sont limitées à 5 fois le plafond annuel de Sécurité sociale* [475]»). Ensuite, car le statut JEI permet à l'entreprise éligible d'être exonérée d'impôts sur les sociétés à hauteur de 100% lors de son premier exercice présentant un bénéfice fiscal, et à 50% pour l'exercice suivant, pendant 11 ans. De plus, les JEI sont exonérées de la CET (*contribution économique territoriale*) ainsi que de la taxe foncière pendant 7 ans.
Outre les différents avantages fiscaux et les exonérations de cotisations, l'éligibilité au statut JEI peut permettre d'être considéré comme innovant aux yeux d'autres guichets de financement public, notamment ceux de la BPI et des régions. De plus, dans le cadre d'une procédure de rescrit fiscal permettant de valider une éligibilité au statut JEI, la réponse de l'administration fiscale valide aussi l'éligibilité de l'entreprise au crédit d'impôt recherche. Enfin, dans le cas d'une cession d'entreprise bénéficiant des avantages du statut de jeune entreprise innovante, s'il y a un déficit fiscal reportable, le repreneur achète également ce déficit fiscal reportable. Cette opération permet de reporter le montant du déficit sur les exercices à venir :

> *« C'est ce que l'on appelle le report en avant du déficit fiscal. Le déficit reportable viendra en déduction de vos bénéfices ultérieurs, vous paierez donc moins d'impôt* [476] »

Du côté de la croissance économique des bénéficiaires, sur les 27 entreprises de mon panel éligibles au statut JEI, seules 3 n'ont pas connues de croissance significative de leur chiffre d'affaires dans les années suivants l'obtention du statut. Cependant, mon terrain ne permet pas de valider une incidence positive du statut JEI sur les dépenses de R&D, ni sur les montants de la créance de CIR. Du côté de la création d'emplois, les avantages imputés au statut JEI semblent difficiles à vérifier avec les données de mon panel, cependant il semblerait que le statut, tout comme le CIR, ne participe pas significativement à l'augmentation des embauches de « jeunes docteurs » (« *L'embauche d'un jeune docteur génère des avantages substantiels. Au niveau de l'assiette des dépenses, le salaire d'un jeune docteur comptera pour le quadruple de son montant alors qu'un salarié classique (ingénieur, technicien de recherche) comptera pour 1,43 ».*[477]*)* étant donné qu'entre 2004 et 2021, seules deux entreprises sur les 27 ont procédé à l'embauche d'un jeune docteur. De plus, 5 des 27 JEI du terrain n'ont jamais augmenté leur effectif de R&D, ni même leur effectif salarié. Les 22 autres JEI ont embauché, en grande partie des « chercheurs » suite à l'obtention du statut. Néanmoins, sur les 5 JEI n'ayant pas augmenté leur effectif, 4 ont même eu tendance à réduire leurs équipes de R&D. Cela traduit deux éléments importants :

---

[474] https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31188 consulté le 08/03/2022
[475] sogedev.com/jei-avantages.php#:~:text=Statut%20JEI%20%3A%20ses%20avantages,Recherche%20et%20Développement%20(R%26D). consulté le 08/03/2022
[476] https://entreprise.mma.fr/connexionpro/report-deficit-fiscal.html#.YieFz-jMJD8 consulté le 08/03/2022
[477] https://leyton.com/fr/jeunes-docteur-et-cir-bonnes-pratiques-pour-securiser-le-statut/ consulté le 01/12/2021

- Le statut JEI permet de conserver des emplois au sein de petites entreprises fragiles,
- L'éligibilité au statut JEI, au CIR, et au CII, permettent, au mieux, de participer au développement des petites entreprises en favorisant les embauches et l'augmentation du chiffre d'affaires, au pire participent au maintien de l'emploi dans des petites entreprises qui ne parviennent jamais à développer leur chiffre d'affaires.

Le dispositif est donc important dans le maintien de l'activité et de l'emploi au sein des petites entreprises du numérique et de la création. Cependant, les résultats de mon étude de terrain ne sont pas aussi élogieux que les résultats de l'étude d'octobre 2020 sur l'évaluation du dispositif qui soulignent notamment :

> *« Des effets positifs et significatifs du dispositif JEI sur l'emploi, après avoir pris en compte et contrôlé tous les éléments décrits dans la section précédente. Cet effet est clair pour les entreprises qui ont recours au dispositif tôt dans leur développement (en particulier au cours de leur deuxième ou troisième année d'existence) et persistant dans le temps. Cet emploi plus important se traduit par une masse salariale totale plus élevée chez les entreprises bénéficiaires* [478]*»*

Enfin, du côté des bénéficies du statut JEI en ce qui concerne la valorisation dans le cadre d'une levée de fonds, 6 entreprises sur les 27 JEI répondent aux critères de ma trajectoire 1, et n'ont donc jamais pu ou jamais voulu lever des fonds malgré l'éligibilité au statut JEI. Au-delà de la réduction fiscale et de l'allégement des cotisations patronales, j'ai souhaité interroger les investisseurs sur leur vision des avantages liés au statut JEI dans la valorisation des entreprises qui souhaitent lever des fonds :

> « ***Hugo Carcaly :*** *Une structure qui va être éligible au statut de Jeune Entreprise Innovante et qui fait du Crédit d'Impôt recherche, va-t-elle susciter davantage votre intérêt qu'une start-up qui n'est pas éligible à ces dispositifs ?*
>
> ***Responsable investissement :*** *Pas nécessairement, derrière on va comprendre pourquoi et comment elle obtient le statut JEI. On va s'intéresser aux chiffres du bilan pour comprendre la propriété intellectuelle qui a été développée par les budgets de R&D alloués. La plupart des sociétés réussissent à qualifier la dimension innovante de ce qu'elles produisent pour pouvoir être éligibles au statut JEI. On n'en fait pas un critère en tant que tel, parce que sinon on investirait dans toutes les boîtes. Mais on essaie de comprendre ce qu'il y a derrière et ça permet de comprendre certaines barrières technologiques.* [479]»

Nos différentes lectures, notamment en sciences de gestion, ainsi que les différents entretiens menés avec les fondateurs des JEI et avec les responsables d'investissements en capital-risque ont confirmé deux tendances principales :

- L'éligibilité ou la non-éligibilité au statut fiscal de jeune entreprise innovante n'est pas un critère de décision pour des investisseurs. Dans sa méthode de calcul de la valeur de la jeune entreprise, le fonds ou le business Angel tient compte des exonérations et réductions liées au statut, mais les bénéfices engendrés par le statut ne pèsent pas dans la valorisation de l'entreprise.

[478] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-avis-expert-octobre-2020.pdf consulté le 08/03/2022
[479] L'entretien entièrement retranscrit se trouve dans l'annexe 3 du manuscrit.

- D'après les résultats de l'étude de terrain, les petites entreprises qui peinent à développer leur chiffre d'affaires et dont les travaux de recherche représentent la principale, voire l'unique ressource et savoir-faire, le statut JEI participe de la valorisation des travaux de recherche auprès des partenaires, des clients potentiels, et permet d'attirer des « *chercheurs* » tels que des doctorants en contrat CIFRE ou des Jeunes Docteurs.

Des auteurs comme Dubocage (2006), se sont intéressés à la contradiction à laquelle se heurte la méthode « générique » ou « analogique » de calcul de la valeur des JEI par les capitaux risqueurs. Pour lui il est fortement contradictoire de :

> « *Valoriser une entreprise en s'appuyant sur d'autres firmes jugées comparables alors que la JEIHT* se distingue par son haut degré de singularité* » et surtout car la valorisation d'un « *capital humain et l'innovation en tant que tels nécessitent le recours à une méthode spécifique.*[480] »

Cette citation confirme l'inadaptabilité des méthodes de calcul de la valeur des entreprises agissant dans le développement de briques de R&D, éligibles au statut JEI. Les dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation peuvent être cependant perçus par les investisseurs comme des dispositifs participant à la réduction du risque et de l'incertitude. Selon certains auteurs comme Menon (2018), en permettant de réduire les coûts des investissements liés aux projets de R&D, ces dispositifs ont un effet positif sur :

> « *Les actifs, le capital fixe, la valeur ajoutée, les actifs incorporels et les dépôts de brevets des bénéficiaires, tout en réduisant dans le même temps leur probabilité de sortie au cours des trois premières années*.[481] »

Si le dispositif ne pèse pas nécessairement dans les décisions des investisseurs, du côté des politiques publiques, il est considéré comme efficace, voire indispensable, à tel point que :

> *« La loi de finances 2020 a prorogé à nouveau le statut JEI (Jeune Entreprise Innovante) pour 3 années, soit jusqu'au 31 décembre 2022. En effet, la Commission européenne a établi en 2014 que le statut JEI était l'outil d'incitation fiscale à la R&D le plus performant parmi 83 dispositifs à l'international (Union européenne, Etats-Unis, Canada, Japon…).* [482]»

Depuis la création du statut en 2004, le nombre d'entreprises bénéficiaires n'a cessé de croître, passant de 1130 JEI en 2004 à 3487 en 2015 [483]. Il est difficile de trouver des données actualisées et fiables en ce qui concerne le coût du dispositif pour les caisses de l'État, mais selon un rapport de l'INSEE, en 2015 :

---

[480] Dubocage, E. (2006), « L'évaluation de la "start-up" par le capital-risqueur entre objectivité, jugement et mimétisme » Vie & sciences de l'entreprise, 173, 9-18. https://doi.org/10.3917/vse.173.0009

[481] https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf consulté le 02/12/2021

[482] https://blog.sogedev.com/2021/10/12/statut-jeune-entreprise-innovante-jei-projet-de-loi-de-finances-2022/ consulté le 02/12/2021

[483] Ibid 231.

> « *Le montant cumulé des exonérations sociales liées au statut était de près de 160 millions d'euros* [484]», chaque année.

Concernant les 27 entreprises de mon panel éligibles au statut JEI, ce dispositif est, à l'instar du CIR, un outil majeur de soutien aux investissements en R&D. De plus, il est un moyen efficace de réduire l'incertitude et de répondre aux difficultés de financement dans les premières années d'existence de la structure. L'exonération d'impôt sur les bénéfices la première année fiscalement bénéficiaire, ainsi que l'exonération totale de cotisations patronales d'Urssaf pendant les sept premières années suivant la création représentent d'importantes économies pour des entreprises réalisant d'importants investissements pour recruter des « chercheurs » et réalisant un chiffre d'affaires faible voire nul. La concurrence – y compris d'acteurs internationaux - dans les secteurs du numérique et de la création, fait du statut JEI, comme du CIR, des outils essentiels pour limiter les coûts des investissements dans le renouvellement permanent de la technologie, et ainsi, favoriser le développement de briques technologiques.
Cependant, au niveau de l'emploi et conformément aux résultats du rapport commandé par l'INSEE en 2021 sur l'efficacité du dispositif, mon étude montre « *un effet faible et incertain sur l'emploi des entreprises bénéficiaires* [485] ».

- **Le Crédit d'Impôt Innovation (CII) :**

Le CII a été instauré par la loi de finances de 2013 pour compléter le CIR et permettre de soutenir les PME « *qui engagent des dépenses spécifiques pour innover* [486]». Pour être éligibles, les TPE et PME doivent compter moins de 250 salariés, et leur chiffre d'affaires ne doit pas excéder 50 millions d'euros par an (ou avoir un bilan total inférieur à 43 millions d'euros). Les entreprises éligibles au CII bénéficient ainsi :

> *« d'un crédit d'impôt de 20 % des dépenses nécessaires à la conception et/ou à la réalisation de prototypes ou d'installations pilotes d'un produit nouveau, au sens de la définition fiscale. L'assiette est plafonnée à 400 000 € par an et par entreprise.* [487]»

En 2019, 8 533 entreprises ont bénéficié du dispositif pour une créance de 287 millions d'euros. La même année le CIR a lui atteint une créance de 6,7 milliards d'euros[488]. Il est important de préciser que le CII est intégré aux déclarations relatives au CIR. Si les projets de R&D et d'innovation menés en interne répondent aux critères d'éligibilité spécifiques des deux dispositifs, l'entreprise peut cumuler le CIR et le CII.
Le CIR s'adresse, selon le rapport de l'INSEE, principalement aux entreprises des industries manufacturières (61 %), des industries électrique et électronique (15 %), du secteur pharmacie,

---

[484] https://www.financeinnovation.fr/2021/06/10/rapport-insee-et-dge-le-dispositif-jei-permettrait-daugmenter-lemploi-salarie-en-rd/ consulté le 02/12/2021
[485] https://www.insee.fr/fr/statistiques/5759583 consulté le 08/03/2022
[486] https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/aides-a-creation-a-reprise-dentreprise/aides-a-linnovation/cii-credit-dimpot#:~:text=Le%20cr%C3%A9dit%20d'imp%C3%B4t%20innovation,jusqu'au%2031%20d%C3%A9cembre%202024. Consulté le 09/03/2022
[487] https://www.entreprises.gouv.fr/fr/entrepreneuriat/aides-et-financement/credit-d-impot-innovation Consulté le 02/12/2021
[488] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/sites/default/files/content_migration/document/CIR2019prov_en_ligne_1417001.pdf Consulté le 02/12/2021

parfumerie et entretien (11 %), des secteurs automobile (7,4 %), construction navale, aéronautique et le ferroviaire (7 %) et chimie, caoutchouc, plastiques (4,7 %).

> *« Enfin, 36 % de la créance recherche concernent les entreprises de services, principalement les entreprises de « Conseil et d'assistance en informatique » (14 %).* [489]*»*

La créance de CII est répartie autrement que celle du CIR. De fait, ce sont les entreprises dites « *de services* [490]» qui concentrent 77% des bénéfices du dispositif avec notamment les entreprises agissant dans le « Conseil et assistance en informatique » (45 %), celles des « Services d'architecture et d'ingénierie » (8 %).

> *« Viennent ensuite les secteurs « Conseil et assistance aux entreprises » (7 %) et « Commerce » (6,5 %). Les industries manufacturières représentent 23 % de la créance au titre de l'innovation, les principaux secteurs étant ceux des « Industrie électrique et électronique » (7 %) et « Industrie mécanique » (5 %).*[491] *»*

L'efficacité du CII est mesurée par des analyses économétriques portant sur les effets des dépenses de R&D et sur la capacité d'autofinancement des entreprises.
Du côté de mon étude de terrain, au moins 14 petites entreprises sur 60 bénéficient du CII, dont 12 bénéficient, dans un même temps du CIR. De fait, seules deux d'entre elles ne sont éligibles qu'au CII. Ces deux structures agissent dans le développement de sites internet et d'applications mobiles, dont une s'est spécialisée dans les modules de paiement sur des dispositifs e-commerce. Elles appartiennent toutes deux à la trajectoire 1, et ont manifesté, à un moment donné de leur développement, la volonté de lever des fonds. Une n'y est jamais parvenue, la seconde est toujours en contact avec des investisseurs et pourrait, de fait, changer de trajectoire dans les prochaines années.
Pour les 14 petites entreprises éligibles, le CII participe au financement des « *dépenses liées à la conception de prototypes et d'installations pilotes de produits nouveaux* [492] ». Dans le tableau récapitulatif ci-dessous, on constate que les projets d'innovation dans les secteurs du numérique et de la création, tels qu'ils sont déclarés dans les dossiers justificatifs du CII, concernent divers travaux tels que l'amélioration des spécificités des plateformes, l'adaptation de briques d'IA et d'algorithmes existants aux spécificités de différents secteurs, ou encore le développement d'outils permettant de réaliser des tests, etc.

---

[489] Ibid.

[490] D'après la définition de l'INSEE, « Une activité de services se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une prestation technique ou intellectuelle. À la différence d'une activité industrielle, elle ne peut pas être décrite par les seules caractéristiques d'un bien tangible acquis par le client. Son produit final est immatériel, il n'est ni stockable, ni transportable. Compris dans leur sens le plus large, les services ou activités tertiaires regroupent un vaste champ d'activités : commerce, transports, activités financières, immobilières, services aux entreprises, services aux particuliers, éducation, santé, action sociale. Dans la pratique statistique française, les activités de services n'incluent ni transports, ni commerce. Elles regroupent les services aux entreprises, les services aux particuliers, les services mixtes (hôtellerie-restauration, activités immobilières, information-communication) et les services principalement non marchands. »

[491] Ibid.

[492] https://www.economie.gouv.fr/entreprises/credit-impot-innovation Consulté le 4/12/2021

ACTIVITE PRINCIPALE DE L'ENTREPRISE	TRAJECTOIRE	PROJETS/ BRIQUES D'INNOVATION ouvrant droits au CII
Plateforme de financement participatif - secteur agricole	TRAJECTOIRE 1	Améliorations techniques de la plateforme, développement de nouvelles spécificités et de nouvelles offres commerciales
Plateforme de publication collaborative – secteur édition	TRAJECTOIRE 4	Refonte des processus de décision internes, pilotage des nouveaux outils, conduite de projets
Développement de moteurs de recherche, notamment conversationnels (chatbot)	TRAJECTOIRE 5	Améliorations techniques de l'application (pertinence des résultats, augmentation du traitement du volume de données)
Plateforme de « DevOps »	TRAJECTOIRE 5	Tests sur la plateforme, conduite de projets
Maison d'édition	TRAJECTOIRE 4	Étude, conception, et tests sur l'architecture technique, conduite de projets
Plateforme d'édition de vidéo de concerts	TRAJECTOIRE 2	Amélioration interface utilisateurs, UX Management
Conception et éditions de solutions matérielles et logicielles de postes de travail virtualisés	TRAJECTOIRE 1	Amélioration de l'outil de production
Développement d'une technologie d'optimisation, de création et de distribution sociale de vidéos	TRAJECTOIRE 5	Mise en place de solutions d'AB testing [493]
Plateforme de mise en relation entre photographes et entreprises	TRAJECTOIRE 5	Test de fonctionnement du programme (brique par brique), test de prédiction sur des données contrôlées

[493] « *Technique de marketing qui consiste à proposer plusieurs variantes d'un même objet qui diffèrent selon un seul critère afin de déterminer la version qui donne les meilleurs résultats auprès des consommateurs* » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Test_A/B)

Entreprise de service du Numérique : support utilisateur et infrastructure	TRAJECTOIRE 4	Mise en place d'outils de mesure de l'impact de l'intelligence artificielle sur les activités
Site internet collaboratif de notations et de commentaires de biens culturels	TRAJECTOIRE 1	Ajout de nouvelles fonctionnalités à la plateforme, et résolution des problèmes techniques
Développement de sites internet et d'applications mobile	TRAJECTOIRE 1	Ajout de nouvelles fonctionnalités dans les applications clients (click & collect, réservation en ligne, adhésion en ligne)
Plateforme de mise en relation entre voisins	TRAJECTOIRE 5	Refonte du site internet, Application des algorithmes existants à un nouveau domaine
Développement de sites internet marchands et d'applications mobiles	TRAJECTOIRE 1	Amélioration de la plateforme API, adaptation des applications existantes à tous les sites marchands

Ce tableau illustre des projets/ briques d'innovation éligibles au CII et menés par les entreprises de mon panel tels qu'ils ont été décrits dans les dossiers justificatifs à fournir au service des impôts

Les montants des investissements liés à ces différentes opérations d'innovation sont moins élevés que dans le cas des projets de R&D. De plus, l'assiette de dépenses prises en compte dans la base de calcul du CII, est plafonnée à 400 000€ par an et par entreprise. La créance de CII ne peut donc dépasser 80 000€ par entreprise et par exercice fiscal, quand le CIR n'est lui, pas soumis à plafonnement. Ainsi, le CII est moins avantageux que le CIR mais permet à des entreprises n'agissant pas dans la recherche fondamentale, expérimentale ou appliquée de tout de même bénéficier d'un soutien fiscal non négligeable dès lors qu'elles conçoivent des prototypes et produits/ services nouveaux. Ainsi, des agences de développement web, ou des sociétés de conseil en marketing et communication peuvent être éligibles au CII. Le dispositif s'adresse aux activités de petites entreprises agissant dans l'intermédiation au sein des filières des industries culturelles, créatives et communicationnelles et leur permet de bénéficier d'un avantage concurrentiel non négligeable.
De plus, le dispositif permet, notamment dans le cas des entreprises de la trajectoire 1, de maintenir des emplois dans des structures ne connaissant qu'une croissance économique linéaire ou très légère. Le CII, au même titre que le CIR et le statut JEI, soutien les investissements technologiques et sociotechniques des petites structures du numérique et de la création éligibles aux aides de BPI France et aux critères des fonds d'investissement, mais également à celles en marge des critères d'éligibilité de ces guichets de financement.

Concernant les dépenses de personnel prises en compte dans l'assiette de calcul du CII ne dépendent pas des diplômes, mais de la participation aux projets d'innovation. Peuvent ainsi être pris en compte les salaires des professionnels de la communication, du marketing, de la conduite de projets, des commerciaux, des responsables ressources humaines, etc. dès lors que ces derniers s'engagent dans le développement des prototypes ou des services nouveaux :

« À temps partiel ou complet directement et exclusivement affecté à la réalisation d'opérations de conception de prototypes ou d'installations pilotes de nouveaux produits. Sont cependant exclues les dépenses afférentes aux personnels de soutien : secrétariat, entretien des équipements [494]*»*

- **Le crédit d'Impôt Collection (CIC) :**

Trois entreprises de mon panel sont éligibles ou ont été éligibles au Crédit Impôt Collection. Comme le CII, le CIC est intégré au dispositif de CIR. Le CIC s'adresse aux entreprises agissant dans les secteurs du textile, habillement, cuir qui élaborent de nouvelles collections. Les entreprises sous-traitant à des tiers une partie de la fabrication peuvent bénéficier du dispositif :

« Dans la mesure où elles sont propriétaires de la matière première et qu'elles assurent tous les risques de la fabrication et de la commercialisation.[495] *»*

La loi de finance précise que les activités éligibles au CIC doivent concerner l'élaboration de nouvelles collections différenciées des précédentes au niveau des matières, dessins, formes ou couleurs. L'assiette de calcul du CIC comprend :

- *« Les dépenses de salaires des stylistes et techniciens des bureaux de style et des « ingénieurs et techniciens de production chargés de la réalisation de prototypes ou d'échantillons non vendus,*
- *Les dotations aux amortissements des immobilisations créées ou acquises à l'état neuf, directement affectées à la réalisation des prototypes ou échantillons non vendus des nouveaux produits.*
- *Les dépenses de fonctionnement, fixées forfaitairement à 75% du montant des dépenses de personnel.*
- *Les frais de dépôt des dessins et modèles ; frais de défense des dessins et modèles, dans la limite de 60 000 € par an.*
- *Dépenses liées à l'élaboration de nouvelles collections confiées à des stylistes ou bureaux de style externes agréés.*[496] *»*

Le CIC est soumis à la règle européenne dite des « *minimis* » qui plafonne l'aide reçue par l'entreprise à 200 000€ sur une période de trois exercices fiscaux. Ce dispositif est donc moins avantageux que le CIR. Contrairement au CIR, il n'existe aucune étude ni rapport officiel mesurant l'efficacité du CIC. Du côté de la recherche scientifique, la littérature sur le dispositif est également inexistante. Seul un rapport du Sénat portant sur le projet de loi de finances 2020 évoque quelques données sur la mesure fiscale. Il y est notamment question de sa prorogation après 2022 et/ou de sa suppression potentielle au 1er janvier 2023. Du côté du MESRI (ministre chargé de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation), les dépenses publiques afférentes au CIC sont confondues avec celles du CII au sein du CIR. Selon le rapport du Sénat,

[494] https://www.entreprises.gouv.fr/fr/entrepreneuriat/aides-et-financement/credit-d-impot-innovation Consulté le 06/12/2021
[495] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/4676-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-40-20190213 consulté le 09/03/2022
[496] Ibid.

en 2015 le CIC aurait bénéficié à 989 entreprises pour une créance associée de 45 millions d'euros correspondant à 0,7% de la créance totale de CIR en 2017 :

> *« Près de 93 % des bénéficiaires du crédit d'impôt seraient des entreprises de moins de 250 salariés, tandis que seulement 61 % constitueraient des PME au sens communautaire, c'est-à-dire indépendantes d'un groupe.*
> *Si, selon la Cour des comptes, le nombre de bénéficiaires de ce crédit d'impôt s'est révélé relativement stable entre 2007 et 2013 (autour de 1 000), de même que le montant de la créance associée (autour de 50 millions d'euros), le coût réel de ce dispositif devrait en réalité se situer très en deçà de ce chiffre, en raison des nombreux redressements fiscaux dont ce crédit d'impôt fait l'objet. Ce crédit d'impôt constituant avant tout une aide d'État à la filière textile, et non une aide à la recherche, comme l'a relevé notre ancien collègue sénateur Michel Berson dans son rapport de 2012 sur le crédit d'impôt recherche, votre rapporteur spécial se félicite du bornage dans le temps de ce dispositif qui n'a, en tout état de cause, jamais fait l'objet d'une réelle évaluation.*[497] *»*

D'après l'Union des Industries Textiles (UIT), le nombre d'entreprises pouvant prétendre au CIC seraient près de 2200 et concernerait plus de 61000 salariés. De fait, environ la moitié des entreprises du secteur bénéficie du CIC. L'UIT œuvre pour la défense du CIC et pour un allégement des taxes. La filière de la mode et du textile française n'est pas nécessairement traversée par des enjeux de renouvellement technologique permanent comme cela est le cas pour les filières précédemment évoquées dans cette thèse, et ce qui est financé par le CIC, concerne l'activité de création (et non la production). Néanmoins, il s'agit d'une filière fortement concurrentielle avec la présence d'acteurs majeurs et de groupes industriels. Les 5 entreprises/ groupes français principaux sont répartis dans le tableau ci-dessous :

Nom d'entreprise	Valeur de marché	Revenu annuel	
LVMH, Louis Vuitton Moët Hennessy	75 milliards €	36 milliards €	Compagnie listées en bourse
Hermès	32 milliards €	5 milliards €	Compagnie listées en bourse
Chanel	29 milliards €	7,5 milliards €	Propriété privée
Dior	28 milliards €	2 milliards €	Compagnie listées en bourse
Kering	22 milliards €	11,5 milliards €	Compagnie listées en bourse

Données consultées sur le site : https://fashionunited.fr/statistics/industrie-de-la-mode-habillement-statistiques-france/

Les 3 entreprises de mon terrain agissant dans le secteur du textile et de la mode et ayant bénéficié du CIC sont des TPE de moins de 10 salariés. Avant de collaborer avec Ambroise

[497] https://www.senat.fr/rap/l19-140-323/l19-140-32320.html consulté le 09/03/2022

Conseil, elles ignoraient l'existence même du dispositif. D'après les entretiens menés tout au long de cette thèse, les professionnels du conseil en financement, ainsi que de l'investissement ignorent également l'existence du dispositif. Une des entreprises bénéficiaires étudiées dans cette recherche avait déjà sollicité des subventions de la part de différents organismes publics (région Ile-de-France et ministère de la Culture) avant de bénéficier du crédit impôt collection.

Du côté de la recherche en SIC, ce qui se joue, au-delà des modalités de financement des activités de création, concerne les modalités et les lieux de conception et de production. Les trois entreprises étudiées dans cette thèse conçoivent et produisent en France et s'approvisionnent en matière première au Portugal et dans certains pays africains (deux des trois entreprises concernées fabriquent des vêtements et accessoires en tissu « wax »[498]). Étant donné que les patrons, les dessins, et les modèles sont réalisés en France, ces entreprises sont éligibles au CIC. Dans ce secteur qui est *« faiblement industrialisés mais investis d'une certaine dimension culturelle ou symbolique*[499] *»,* les difficultés de financement des petites entreprises étudiées sont exacerbées. Peu de dispositifs de soutien public existent, hormis quelques subventions ponctuelles telles que celles émanant du ministère de la culture.
Une action portée par BPI France et le ministère de la culture a été mise en place sous l'appellation « Fonds propres mode, luxe et beauté » afin de « *couvrir les segments de marché trop peu financés par les acteurs privés*[500]». Ce guichet public s'adresse aux « *entreprises indépendantes par un investissement en fonds propres de long terme »* mais les critères d'éligibilité sont inadaptés au cas des trois entreprises de mon panel :

> *« PME, structurellement rentables, du secteur de la mode, du luxe et de la beauté (prêt-à-porter, accessoires, maroquinerie, chaussures, parfums, cosmétiques, horlogerie, joaillerie, etc.) ;*
> *- chiffre d'affaires supérieur à 500 K€ ;*
> *- présentant un fort potentiel de développement à l'international ;*
> *- disposant d'une équipe de management pluridisciplinaire (gestionnaire/créateur).*[501] *»*

Une nouvelle fois, le crédit d'impôt apparaît comme la solution de financement la plus adaptée et accessible pour les petites entreprises du stylisme, du design, et de la création. Aucune des trois structures ici étudiées n'atteint le montant de chiffre d'affaires demandé par le fonds BPI France, et aucune d'entre elles n'est structurellement rentable depuis sa création.

- **Le Crédit d'Impôt Métiers d'Art (CIMA) :**

Le crédit d'impôt en faveur des métiers d'art (CIMA) est un dispositif de financement public créé en 2006 en vue de soutenir l'artisanat et l'industrie française qui créent des ouvrages réalisés en un exemplaire ou en petites séries. Deux petites entreprises de mon panel ont bénéficié, pendant plusieurs années, du CIMA. En 2020, 1773 entreprises ont bénéficié du

[498] https://fr.wikipedia.org/wiki/Wax_(tissu) consulté le 22/05/2022
[499] Bouquillion, P., Miège, B., Mœglin, P. (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité « , Les Enjeux de l'Information et de la Communication
[500] https://www.culture.gouv.fr/Divers/Outils-de-financement-des-entreprises-culturelles/Mode/Fonds-propres-Mode-luxe-et-beaute consulté le 09/03/2022
[501] Ibid.

dispositif pour un coût annuel estimé à 25 millions d'euros [502]. Le CIMA est plafonné à 30 000 € par an, mais selon les estimations, les entreprises éligibles au dispositif bénéficient, en moyenne de 14 000€ par an. Pour bénéficier du crédit d'impôt, l'entreprise doit remplir au moins l'une des conditions suivantes :

- « *Les charges de personnels relatives aux salariés qui exercent un métier d'artisanat d'art doivent représenter au moins 30 % de la masse salariale totale*
- *Elle relève des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie, de la lunetterie, des arts de la table, du jouet, de la facture instrumentale (luthier par exemple) et de l'ameublement*
- *Elle détient le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV) destiné aux entreprises détenant un savoir-faire artisanal ou industriel, rare, renommé ou ancestral. Il doit reposer sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité* [503] »

Cependant, malgré le manque de littérature s'intéressant au CIMA, plusieurs artisans ont manifesté leurs difficultés pour bénéficier du dispositif sur le site du Sénat, dans la catégorie « *questions des citoyens* [504]». L'essentielle des critiques à l'égard du CIMA repose sur la difficulté pour les artisans d'appliquer la notion de « *nouveaux produits*[505] » à leur activité. En effet, un des caractéristiques principales du CIMA est qu'il représente *« 10 % des dépenses liées à la conception de nouveaux produits ou au dépôt et la protection juridique des dessins ou modèles de ces nouveaux produits (exemple : dépôt de brevet).* [506]» Sur le flou induit par la notion de nouveauté reporté par les artisans sur le site du Sénat, le ministère de l'Économie et des finances a publié dans le journal officiel la réponse suivante, en juin 2013 :

> *« Aussi, l'article 35 de la troisième loi de finances rectificative pour 2012 (n° 2012-1510 du 29 décembre 2012) prévoit, outre la prorogation pour quatre années supplémentaires du crédit d'impôt en faveur des métiers d'art (CIMA), un aménagement de son assiette en raison des difficultés d'application antérieures. À ce titre, l'assiette du crédit d'impôt est élargie et clarifiée par la suppression du critère de la « conception de nouveaux produits » et l'introduction de la notion de « création d'ouvrages réalisés en un seul exemplaire ou en petite série.* [507] »

Néanmoins, au moment de la rédaction de ce manuscrit, les critères d'éligibilité du CIMA n'avaient pas pris en compte la suppression de la modalité liée à la conception de nouveaux produits qui était toujours appliquée et rédigée telle quelle sur le site *service-public.fr*.
On peut ainsi lire, dans le propos introductif de la présentation du dispositif :

> *« Le crédit d'impôt métiers d'art permet d'alléger les coûts de conception de nouveaux produits (coûts salariaux notamment) tout en encourageant l'innovation et la création artisanale d'excellence* [508] »

---

[502] Chiffres issus du site https://www.creasub.fr/le-credit-dimpot-en-faveur-des-metiers-dart-cima/ Consulté le 01/12/2020
[503] https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31461 consulté le 01/12/2020
[504] https://www.senat.fr/quesdom.html consulté le 01/12/2020
[505] https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31461#:~:text=Le%20cr%C3%A9dit%20d'imp%C3%B4t%20repr%C3%A9sente,jusqu'au%2031%20d%C3%A9cembre%202023.consulté le 09/03/2022
[506] Ibid.
[507] https://www.senat.fr/questions/base/2012/qSEQ120700287.html consulté le 01/12/2020
[508] https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31461 consulté le 01/12/2020

Cette présentation du CIMA permet de souligner que l'injonction à l'innovation pénètre également les secteurs dits des « *métiers d'art* ». La recherche, notamment en SIC, s'intéresse à cette tendance. Vidal et Papilloud (2015), soulignent ainsi la double injonction à la créativité et à l'innovation à l'œuvre dans les « *arts numériques* » :

> « *Les arts numériques renvoient à une double injonction : créativité et innovation, en cela ils imposent finalement aux artistes de s'intégrer aux industries du numérique qui en attendent des innovations, au détriment du secteur culturel et artistique* [509]»

Masure (2015), traite quant à lui, de la « *tension entre le monde productif et le monde de l'art* [510]» induite par l'injonction innovante. L'innovation serait donc :

> « *La forme socialisée de l'invention dont elle amortit la puissance de nouveauté, processus nécessaire pour que l'objet innovant puisse se réaliser économiquement* [511]».

La pénétration de l'injonction à l'innovation dans les dispositifs de soutien aux métiers d'art, tels que le CIMA, est au cœur des logiques économiques opérantes fondées sur la croissance et la rentabilité à court terme.
Dans *Science Publique,* une émission de France Culture d'avril 2015 a eu lieu un débat sur le thème : « *Les métiers d'art sont-ils compatibles avec l'innovation technique ?* [512] »
Le débat puise ses sources dans le thème d'une exposition, intitulée « *Mutations* » présentée au Musée des Arts Décoratifs, à Paris, jusqu'au 5 juillet 2015 et qui portait sur la relation entre patrimoine et innovation. Un des responsables du développement à l'Institut national des métiers d'art, précise, pendant l'émission que :

> *« Les métiers d'art sont plus souvent associés à la tradition, à la restauration d'objets ou d'édifices du patrimoine en conservant les techniques ancestrales qu'à l'introduction de nouvelles technologies.*[513] »

Selon l'intervenant Nicolas Rizzo, (responsable du développement à l'Institut national des métiers d'art,)

> *« …un atelier d'art est toujours en mesure de trouver des solutions. Ils n'ont pas un outil de type industriel à rentabiliser qui les enferme dans un process de rationalisation. Ils ont des outils, qui sont parfois très traditionnels, qu'ils manient de manière très contemporaine mais ils sont toujours à la recherche de combines, d'astuces, qui en elles-mêmes constituent une innovation. Ils intègrent de manière très rationnelle également, des outils, souvent contemporains pour pouvoir répondre à ses demandes là.*[514] »

---

[509] https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01413687/document Consulté le 01/12/2020
[510] Masure, A. (2015), « L'injonction à la créativité dans le design. Des logiciels de création innovants aux programmes inventifs. De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif ? »
[511] Ibid.
[512] https://www.franceculture.fr/emissions/science-publique/les-metiers-d-art-sont-ils-compatibles-avec-l-innovation-technique Consulté le 01/12/2020
[513] Ibid.
[514] Ibid.

L'innovation reposerait, dans les métiers d'art sur une « *rationalisation des coûts et des process* » et pour Nicolas Rizzo, « l*'innovation fait partie des métiers d'art* ». Il n'est donc cependant pas surprenant que la volonté « *d'encourager l'innovation* » soit associée à la « *création artisanale d'excellence* » au sein des objectifs principaux du CIMA.

- **Les autres crédits d'impôts (du CNC) : jeu vidéo, cinéma, audiovisuel, international**

En 2018, la Présidente du CNC, Frédérique Bredin insistait sur l'efficacité des dispositifs de crédits d'impôts sur l'attractivité du territoire national et la création d'emplois :

> « *Grâce aux crédits d'impôt, notre pays est reconnu dans le monde entier comme une grande terre de tournages. Cette année encore, le pari de l'attractivité est gagné ! 15 000 emplois ont été créés et toutes les régions sont concernées.*[515] »

Du côté de la filière du cinéma, les crédits d'impôts doivent permettre, selon le CNC, de :

> *« Renforcer l'attractivité de la France pour les tournages des productions françaises ou internationales.*[516] *»*

Néanmoins, l'étude de l'évolution des dispositifs de soutien mis en place par le CNC depuis sa création permet d'appréhender la vision de l'accompagnement en faveur des filières des industries culturelles et créatives. Ainsi, depuis 1946, une des missions du CNC confiée par le ministère de la culture est le soutien des filières cinématographiques et des autres arts et industries de l'image animée, de l'audiovisuel, de la vidéo et du multimédia, dont le jeu vidéo. La mise en place des différents crédits d'impôts précédemment évoqués répond à un besoin de financement et de soutien de la part des acteurs des filières audiovisuelles et cinématographiques. Ils sont une évolution des dispositifs de financement mis en place dès 1946 avec la création d'un :

> *« Système d'aides au cinéma instituant le soutien automatique à la production et à l'exploitation. Ce mécanisme est rendu possible grâce à l'instauration d'une taxe de 10,9% appliquée à tous les billets de cinéma vendus en France.* [517]*»*

Le système de financement et de soutien de la part du CNC avait pris en 1959, sous l'impulsion d'André Malraux, la forme d'une avance sur recettes :

> *« Pièce maîtresse du fonds de soutien du CNC et symbole de l'exception culturelle française, l'avance sur recettes doit encourager la création dans le domaine cinématographique et à soutenir des projets originaux et de qualité. Depuis sa création, l'avance sur recettes a largement contribué à l'essor du cinéma d'auteur en France et au maintien d'une cinématographie nationale forte.*[518] *»*

---

[515] https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/bilan-des-credits-dimpot--une-nouvelle-annee-record-pour-les-tournages-en-france_933631 Consulté le 21/09/2021
[516] Ibid.
[517] cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc_1242898 consulté le 10/03/2022
[518] Ibid.

Trois ans plus tard, en 1962, toujours sous l'impulsion d'André Malraux, des dispositifs de soutien spécifiques au cinéma d'Art et d'Essai vont être mis en place par le CNC. Les spécificités de l'accompagnement reposent sur un classement des salles institué à partir de 1962 sur des critères de programmation. Pour obtenir le soutien du CNC, se trouvent déjà des critères liés à l'innovation et à la créativité :

> *« Films innovants et créatifs sur le plan cinématographique, classiques forgeant les bases de la cinéphilie, cinématographies peu diffusées apportant un regard sur le monde.* [519] *»*

Dès 1984, et face à une chute importante du nombre de spectateurs dans les salles, le directeur du CNC de l'époque, met en place le COSIP (Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels) et les SOFICA (Les Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel) :

> *« Elles constituent des sociétés d'investissement destinées à la collecte de fonds privés consacrés exclusivement au financement de la production cinématographique et audiovisuelle. Les SOFICA sont créées soit à l'initiative de professionnels du cinéma et de l'audiovisuel, soit à celle d'opérateurs du secteur bancaire et financier.* [520]*»*

Les investissements réalisés par les SOFICA sont contrôlés par le CNC et peuvent prendre deux formes :

> *« - soit de versements en numéraire réalisés par contrats d'association à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, œuvre par œuvre (c'est le mode d'intervention le plus fréquent),*
> *- soit de souscriptions au capital de sociétés ayant pour activité exclusive la réalisation d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles agréées. Cette souscription prend généralement la forme d'une société* [521]*»*

La mise en place des SOFICA traduit une vision nouvelle du soutien public à la création artistique et culturelle. Cela marque également une première évolution majeure des politiques publiques. Auparavant le financement par subventions était la modalité principale du soutien public aux arts et à la culture, la création des SOFICA, puis la mise en place des financements pas les crédits d'impôts au sein des différentes modalités d'intervention du CNC démontrent l'importance grandissante de la fiscalité comme outil de soutien public aux filières des ICC. Dans un dossier de 2018 sur les politiques culturelles, les auteurs confirment cette évolution :

> *« La fiscalité est un moyen d'intervention très puissant que pratique l'État, notamment depuis les lois sur le mécénat, qui permettent aux particuliers comme aux entreprises de déduire les 2 tiers du montant de leur don de leurs impôts. Dans un même ordre d'idée, l'État peut inciter les investisseurs privés à diriger leurs fonds vers les industries culturelles, en leur permettant là aussi une défiscalisation comme pour les Sofica cinéma. Par ailleurs, de nombreuses politiques publiques organisent une redistribution des richesses. Ainsi, divers prélèvements obligatoires peuvent venir soutenir la création*

---

[519] Ibid.

[520] https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica_759536 Consulté le 10/03/2022

[521] https://www.cnc.fr/documents/36995/146104/Pr%C3%A9sentation+g%C3%A9n%C3%A9rale+des+SOFICA.pdf/d5d700cb-4a92-fccf-c404-4cf965073b11?t=1532941547545 Consulté le 10/03/2022

artistique dans une filière. C'est notamment le cas pour la production de films, où plusieurs fonds pour la production sont-ils abondés par une taxe sur les billets d'entrée. Il existe de très nombreux exemples de ces politiques redistributives.[522] »

Dans la continuité de cette évolution des politiques de soutien en faveur de la fiscalité, l'année 2004 marque la mise en place du financement par le crédit d'impôt au sein même du CNC :

2004 : Création du crédit d'impôt cinéma national
2005 : Création du crédit d'impôt audiovisuel
2009 : Création du crédit d'impôt international

Depuis leur création, les crédits d'impôts cinéma, audiovisuel et international font l'objet d'évaluations fréquentes et d'un suivi attentif du CNC. Les différentes réformes concernent les plafonds des crédits d'impôts. Ainsi, en janvier 2016, le taux du crédit d'impôt cinéma passe de 20% à 30% et le plafond de 20 à 30 millions d'euros pour l'ensemble des films en langue française et les films français en langue étrangère comportant des effets spéciaux.

« *Les films français en langue étrangère pour raison de scénario sont rendus éligibles à un taux de 20%. Le taux du crédit d'impôt audiovisuel passe à 25% pour les œuvres de fiction et d'animation, les plafonds sont rehaussés progressivement en fonction du coût par minute. Le taux du crédit d'impôt international passe à 30% et son plafond à 30M€. En janvier 2017, le seuil des dépenses en France pour pouvoir en bénéficier du crédit d'impôt international est abaissé de 1 M€ à 250 000 € pour attirer davantage de petits tournages et de prestations techniques (effets spéciaux, post production…)* [523]»

La mise en place des crédits d'impôts comme outil de financement public principal correspond également à la fin progressive du financement de la création par les subventions. Cette évolution des politiques publiques est particulièrement palpable dans la filière cinématographique sous l'impulsion du CNC. La stratégie de financement par crédits d'impôts, mais également par les SOFICA, s'étend progressivement à l'ensemble des acteurs politiques en charge du soutien aux secteurs du numérique et de la création. Dans une étude menée par la direction de la prospective et du dialogue public de la Métropole de Lyon, il est question des « *nouveaux instruments financiers vertueux* » pensés pour « *promouvoir une nouvelle ingénierie financière* [524]». Ces mécanismes prennent la forme de subventions remboursables, de prêts participatifs, mais peuvent également s'apparenter à des financements par crédits d'impôts. Pour les auteurs du rapport, ces différents dispositifs marquent le passage « *d'une culture de subvention à une culture de financement*.[525] »

[522] Une économie de la culture en mouvement, https://www.millenaire3.com/ressources/Une-economie-de-la-culture-en-mouvement

[523] Ibid.
[524] Ibid.
[525] Ibid.

- **L'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC) :**

La tendance de la culture de subvention à la culture de financement est opérante dans l'ensemble des guichets de soutien aux industries culturelles et créatives, y compris au sein de l'IFCIC. Créé en 1983, l'établissement de crédit s'est vu confier par le ministère de la Culture et de la Communication (MCC) et le ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, une mission d'intérêt général :

> *« Contribuer au développement, en France, des industries culturelles, en facilitant pour ces entreprises l'accès au financement bancaire. L'IFCIC offre aux porteurs de projets et aux banques une garantie de 50 à 70 %. Dans le secteur de la musique enregistrée, l'IFCIC assure en direct des avances (prêts à taux faibles) afin de soutenir la prise de risque des PME et TPE indépendantes et assurer leur « re-bancarisation » auprès du secteur bancaire traditionnel. En effet, quasiment une avance sur deux facilite l'octroi d'un prêt complémentaire.*[526] »

Un des objets de cette mission confiée à l'IFCIC est de répondre à la méconnaissance et au manque d'intérêt des acteurs bancaires à l'égard des industries créatives :

> *« L'absence de connaissance et d'intérêt du secteur financier pour les industries créatives ; les acteurs du système financier et bancaire n'ont pas de critères spécifiques pour juger de l'activité des entreprises des industries culturelles et créatives* [527] »

Pour être éligible à l'accompagnement de l'IFCIC, l'entreprise agissant dans les filières des industries culturelles et créatives ne doit pas être en difficulté au sens de la règlementation européenne avec une *« Absence de procédure de sauvegarde, redressement ou liquidation judiciaire »* et des fonds propres *« supérieurs à la moitié du capital social (+primes d'émission) - Nota : Ce critère ne s'applique pas aux entreprises dont les fonds propres sont dégradés à cause des conséquences de la crise sanitaire (à compter donc du mois de mars 2020)* [528]*»*
Avant la crise sanitaire, c'est l'activité de garantie bancaire qui était la plus financée au sein de l'IFCIC :

> *« Atteignant 441 millions d'euros en 2019, soit 94 % de son activité, l'Institut a, par ailleurs, octroyé 26,5 millions d'euros de prêts en 2019.* [529]*»*

Dès 2020, et en partenariat avec le Fonds européen d'investissement (FEI) et le Groupe Banque européenne d'investissement (BEI), la ministre de la Culture Françoise Nyssen présente un plan de renforcement de l'accès au financement des petites et moyennes entreprises culturelles et créatives co-financé par l'IFCIC. Le FEI garantira ainsi une enveloppe de :

---

[526] https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Financement-des-industries-culturelles Consulté le 10/03/2022

[527] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258).

[528] http://www.ifcic.fr/infos-pratiques/communiques-de-presse/renforcement-des-moyens-de-l-ifcic-dans-le-cadre-de-la-reponse-a-la-crise-sanitaire.html consulté le 10/03/2022

[529] http://www.senat.fr/rap/l20-138-319/l20-138-3197.html Consulté le 10/03/2022

« 40 M€ de prêts ou de prêts participatifs qui pourront être accordés à des PME françaises durant les deux prochaines années »

Et, les accords conclus entre le Groupe BEI et l'IFCIC,

« Permettront ainsi d'accorder 130 M€ de crédits supplémentaires en faveur des entreprises culturelles et créatives en France et en Europe durant les deux prochaines années.[530] *»*

Cependant, les partenariats entre l'IFCIC et des acteurs du secteur bancaire ne datent pas de la crise sanitaire de 2020. L'augmentation de l'enveloppe étend le champ d'action de la mission de l'institut qui s'adresse à l'ensemble des filières des industries culturelles et créatives :

« Ils permettent à l'IFCIC de mettre en place une offre de prêts et de prêts participatifs plus ambitieuse, simplifiée et étendue à toutes les entreprises relevant du champ couvert par le Ministère de la Culture. L'offre en faveur de la musique, du spectacle vivant, des librairies, des créateurs de mode, de la presse, des galeries d'art, du jeu vidéo et des industries du cinéma et de l'audiovisuel est renforcée ; de nouveaux secteurs tels que le théâtre, l'édition littéraire, les métiers d'art et du design ou certaines entreprises des media et de l'image animée accèdent désormais aux prêts et prêts participatifs de l'IFCIC. [531]*»*

Il semble opportun de préciser qu'aucune des 60 entreprises de mon panel n'a bénéficié de prêt ou de la garantie de l'IFCIC.

Du côté de la recherche, et au sujet du financement des « *clusters d'entrepreneurs culturels* » dans le secteur de la musique, Lefèvre (2016) souligne le rôle de l'IFCIC, en partenariat avec BPI France, dans la stratégie de valorisation et l'apport en fonds propres des entreprises culturelles et créatives :

« Plusieurs entrepreneurs ou coordinateurs de cluster considèrent que chaque projet, même s'il s'appuie sur des tâches récurrentes, est assimilable « à une activité de recherche-développement où l'enjeu est de définir une stratégie de valorisation. C'est d'ailleurs dans cet esprit que, conformément aux recommandations du rapport de Steven Hearn et à l'initiative des ministères de la Culture et de l'Economie, un partenariat a été signé en 2015 entre l'Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles - l'IFCIC - et BPI France afin d'offrir des apports en fonds propres des financements aux entreprises culturelles et créatives.[532] *»*

La stratégie de financement de l'IFCIC par le prêt et la garantie bancaire est symptomatique de la « *bancarisation* » des filières des industries culturelles. Cependant, depuis sa création en 1983, l'IFCIC agit en tant qu'acteur public d'intermédiation dans l'accès aux financements bancaires. De fait le terme de « *bancarisation* » n'est pas opérant dans le cas de la mission confiée à l'institution mais il peut tout de même s'appliquer pour traduire la vision de la stratégie des pouvoirs publics à l'égard du soutien aux filières du numérique et de la création.

---

[530] Ibid.

[531] Ibid.

[532] Lefevre B. (2016), « Entrepreneurs musicaux et territoires : Les clusters culturels sous l'emprise des politiques publiques et des acteurs locaux » Sciences de l'information et de la communication

Ainsi, l'IFCIC, qui est détenue à 49 % par l'État et le groupe Bpifrance et à 51% par un actionnariat privé rassemblant la quasi-totalité des banques établies en France et soutenu par des grands groupes de mode (Louis Vuitton, Chanel, Balenciaga notamment) remplit une mission de facilitateur de l'accès au financement bancaire pour les entreprises des industries culturelles et créatives. Or, si aucune entreprise de mon terrain, bien qu'agissant dans les filières des ICC, n'a bénéficié de l'accompagnement de l'IFIC, le rapport d'activité de 2019 de l'institut confirme le peu d'entreprises et d'associations bénéficiant de la mission confiée à l'IFCIC :

> *« Au 31 décembre 2019, l'encours des crédits garantis et octroyés par l'IFCIC s'élevait à près de 1 milliard d'euros au profit de 1 000 entreprises et associations culturelles. Les garanties de l'IFCIC accordées au secteur de la production et de la distribution cinématographique représentent 45 % de l'encours total.* [533]*»*

- **Du côté des aides régionales à l'innovation et à la R&D, les différents dispositifs prennent-ils en compte les spécificités des petites entreprises du numérique et de la création ?**

A une échelle régionale, les acteurs publics participent également au financement des filières des ICC, et des entreprises agissant dans l'innovation. Des initiatives comme celles des « clusters culturels » et/ ou des « clusters d'innovation » correspondent à un processus de « *concentration d'activités industrielles (pôles de compétences, clusters, campus), commerciales et administratives* [534]*»* orchestrées par les institutions publiques en vue de répondre aux enjeux de *« régénération physique et sociale des espaces urbains, et des stratégies d'attraction de populations, dont les « classes créatives » (Florida, 2002) ».*
Aucune des entreprises de mon panel n'a installé ses bureaux dans un de ces « clusters », néanmoins certaines ont bénéficié de financements émanant des régions, notamment Bretagne et Ile-de-France. Selon Bouquillion (2010), les régions et territoires locaux se sont emparés de la fonction d'accompagnement plutôt que de financement des filières des ICC :

> *« Les autorités locales et régionales sont à la fois plus proches des réalisations et sont, dans nombre de pays européens, mieux à même juridiquement et budgétairement d'intervenir. Cependant, la rédaction des rapports officiels marque une volonté des échelons nationaux de reprendre la main sur ces questions, au moins partiellement, en tant que coordonnateurs, plus que financeurs.* [535]*»*

Au niveau du rôle des régions dans le financement des secteurs du numérique et de la création et comme cela a été évoqué dans la première partie du manuscrit, deux entreprises ont bénéficié

---

[533] http://www.ifcic.fr/ifcic/presentation-de-l-ifcic.html#:~:text=Au%2031%20d%C3%A9cembre%202019%2C%20l,000%20entreprises%20et%20associations%20culturelles. Consulté le 10/03/2022

[534] Lefèvre, B. (2017), « Industries culturelles et identités territoriales. Les *clusters*, espaces de tensions entre action économique et objet de distinction » Les Enjeux de l'information et de la communication, 18(1), 5-20. https://doi.org/10.3917/enic.022.0005

[535] Bouquillion, P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

d'aides régionales. Qu'il s'agisse des dispositifs Innov'Up, Pm 'Up, et TP'up de la région Ile-de-France, en faveur des *« Projets de recherche, développement et innovation (RDI), relatifs à des produits, services, procédés, organisations et à l'innovation sociale* [536] », ou de « l'*aide à la faisabilité des projets innovants (Afpi)* [537]» sous forme de subvention, les régions interviennent la quasi-totalité en co-financement avec la banque publique d'investissement. Cela est également le cas avec « *L'aide régionale aux projets industriels innovants (Arpi)* » mise en place par la région bretonne.
Les différents dispositifs de soutien financier mis en place par les régions et co-financés par BPI France correspondent à une « *stratégie régionale de l'innovation* » similaire à celle mise en place en région PACA (http://www.drrt-paca.fr/Partenariats-recherche-industrie/Strategie-de-recherche-et-d-innovation-en-PACA) et dont « l'économie créative » était perçue comme la dynamique de développement majeure du territoire, à la faveur des théories émanant d'auteurs comme Florida. Dans un rapport d'information commandé par le Sénat, la question de l'articulation entre les financements publics nationaux et régionaux a été évoquée. Pour les auteurs du rapport, les différents dispositifs de soutien à l'innovation et à la recherche s'articulent avec cohérence et efficacité :

> *« L'État et la région interviennent conjointement sur plusieurs actions en matière de soutien à la recherche et à l'innovation. De manière schématique, il est possible de distinguer trois types de financements concertés : les contrats de plan État-région (CPER), les appels à projets régionalisés, et les fonds alloués aux pôles de compétitivité.*
> *Dans ce cadre, les co-financements État-régions portent une ambition régionale dans un cadre national, en cohérence avec les objectifs fixés à l'échelon central. Selon le Mesri, les financements régionaux et nationaux « se complètent alors sans perte de lisibilité pour les structures qui se reconnaissent comme étant actrices d'un écosystème local tout en incarnant une vision nationale* [538]*»*

Au travers des « *fonds régionaux d'innovation* » et des « *fonds régionaux de garantie* », Bpifrance souhaite développer, en partenariat avec les régions, « *une offre de financement adaptée aux spécificités territoriales* [539]». Ces fonds d'investissement, régionaux et interrégionaux doivent permettre de faciliter « *l'accès des PME aux fonds propres* » et de « *développer les territoires et l'emploi.* » Cependant, ces partenariats souffrent d'un certain manque de visibilité quant aux modalités d'intervention et aux objectifs en termes de développement des filières. L'injonction à l'innovation et à la créativité masque les effets de ces politiques publiques régionales sur les spécificités des petits acteurs du numérique et de la création.
Dans un article de 2015, Combès et Petit étudient « *L'émergence de la créativité dans les plates-formes numériques thématiques* » et évoquent la gestion des financements entre les différents acteurs régionaux et nationaux et les difficultés à trouver des consensus sur les objectifs à atteindre et les moyens à déployer pour développer la créativité sur les territoires locaux. Les auteurs soulignent qu'au-delà des discours d'acteurs, l'analyse montre :

> *« Que des effets structurants sont à l'œuvre dans les deux contextes régionaux, à travers des projets mobilisant des financements conséquents. Dans le même temps, l'analyse*

[536] https://www.iledefrance.fr/innovup Consulté le 10/03/2022
[537] https://ceser.bretagne.bzh/jcms/prod_316839/fr/vous-avez-le-projet-de-creer-une-entreprise-innovante?lg=fr Consulté le 10/03/2022
[538] http://www.senat.fr/rap/r18-740/r18-7402.html Consulté le 10/03/2022
[539] https://www.bpifrance.fr/nous-decouvrir/nos-partnaires/les-regions Consulté le 10/03/2022

critique des réalisations menées met en évidence les limites et l'extrême fragilité d'approches cherchant à se jouer des logiques de filières établies de longue date [540]»

Au sein de ces dispositifs en cofinancement entre la BPI et les régions, l'innovation et la créativité deviennent, pour reprendre les termes employés par Bouquillion, des thématiques centrales « *dans le renouvellement du marketing territorial* [541]». Ces dispositifs ne prennent pas nécessairement en condition les spécificités des petites entreprises du numérique et de la création. Le fait que seules 2 structures sur 60 de mon panel en aient bénéficié souligne une inadaptabilité des programmes de soutien régionaux à l'innovation et à la R&D aux caractéristiques et aux difficultés de financement des petites entreprises, et ce malgré les discours des politiques publiques.

CONCLUSION PARTIE 2 : Le Crédit Impôt Recherche, le dispositif le plus adapté aux petites entreprises du numérique et de la création, et également un instrument d'attractivité pour les investisseurs étrangers ?

Dans le rapport de la CNEPI de 2021 précédemment évoqué, il est précisé que :

« Un des arguments souvent avancés pour souligner les avantages du crédit d'impôt recherche (CIR) réside dans l'impact positif attendu de ce dispositif en termes d'attractivité de la France pour la R & D des firmes multinationales [542]»

Certains économistes, comme Plihon, semblent corroborer cette thèse. Pour lui, le Président français considère que ce dispositif fiscal est un instrument indispensable pour attirer des investisseurs étrangers en France543 . En matière de politique économique, l'attractivité des territoires est un enjeu majeur. Le CIR aurait été sanctuarisé dans un contexte de lutte contre :

« la délocalisation des activités productives de la France vers les pays dits émergents autrement dit sur la capacité de résistance des entreprises françaises face à la montée en puissance de nouveaux compétiteurs sur la scène internationale qui bénéficiaient notamment de coûts salariaux attractifs [544]»

Au moins quatre entreprises étudiées dans cette recherche doctorale bénéficient du CIR, ont levé des fonds auprès d'acteurs financiers et/ ou industriels, et ont maintenu l'essentiel de leur

[540] Combès Y., Petit L. (2015), « L'émergence de la créativité dans les plates-formes numériques thématiques : une étude comparative dans les secteurs de l'éducation et du patrimoine «, Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°16/3B p.43 à 55

[541] Bouquillion, P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

[542] Ibid 634

[543] https://www.francetvinfo.fr/economie/impots/reforme-fiscale/faux-rapports-brevets-evapores-fraudes-diverses-la-folle-derive-du-credit-impot-recherche_2166174.html consulté le 24/05/2022

[544] Ferrara, L., Henriot, A. (2004), « La localisation des entreprises industrielles: comment apprécier l'attractivité des territoires? » Économie internationale, 91-111. https://doi.org/10.3917/ecoi.099.0091

activité de R&D sur le territoire français, malgré un développement à l'international. Dans une étude de 2015, l'ANRT (agence nationale de la recherche et de la technologie) souligne :

> « *l'importance de conserver l'implantation de centres de R&D en France, qui permet de faire vivre tout un écosystème d'acteurs, notamment par le biais des collaborations et de la sous-traitance, sur l'ensemble du territoire* [545]»

Dans le cas des petites entreprises de mon panel composant la première trajectoire, le CIR apparaît comme la source la plus sûre et récurrente de revenus. Si le risque de la dépendance à l'égard du dispositif a été montré dans la première partie de cet écrit, dans le cas des autres trajectoires, le CIR peut agir comme un élément d'attractivité, auprès des investisseurs français et étrangers. C'est en ce sens que pour l'ANRT :

> *« les retombées du CIR sont localisées, elles façonnent et structurent des écosystèmes qui ne s'arrêtent pas aux frontières géographiques. Pourtant, étant donnée la qualité du site France, la part des dépenses confiées à des entreprises hors de France ne change pas ; celles confiées à des laboratoires publics hors de France non plus (autour de 1%).*[546] »

L'originalité de cette recherche doctorale repose dans sa capacité à étudier le rôle du CIR dans la structuration des filières des ICC, ainsi que dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Seul dispositif en capacité de répondre aux spécificités de ces acteurs, il répond au manque d'intérêt du secteur bancaire, et à l'inadaptabilité des guichets de financement européens, nationaux, et institutionnels. Cependant, les modalités d'intervention par crédits d'impôts traduisent une évolution des politiques publiques en faveur de la fiscalité, délaissant progressivement le financement par subventions. Les autres guichets de financement, BPI France, l'IFCIC, l'Union européenne notamment, calquent leurs critères d'éligibilité sur ceux à l'œuvre dans les secteurs bancaires et d'investissement malgré des discours promotionnels en faveur des spécificités des filières du numérique et de la création.
Cependant, le crédit impôt recherche fait face à nombre de critiques, du côté de la recherche, mais également du côté des forces publiques d'opposition. A l'instar de François Métivier, des chercheurs de l'IGP (l'Institut Physique du Globe de Paris), ont, en 2015, publié un rapport à charge sur le dispositif :

> *« A l'échelle de l'ensemble des entreprises françaises, si on prend la totalité de la créance, qu'on regarde l'évolution du coût pour l'Etat, et qu'on le compare aux emplois nouveaux créés en recherche et développement, on constate qu'il n'y a aucune corrélation. On voit qu'en proportion, il y a une augmentation à peine décelable : sur l'ensemble des entreprises qui demande une créance d'impôt au titre d'un emploi des jeunes docteurs, on reste aux alentours de 8% des entreprises qui déclarent* [547]»

Ce rapport s'intéresse, comme celui de la CNEPI et ceux cités précédemment, essentiellement aux PME voire aux très grandes entreprises. Il évoque notamment le cas des plus grands bénéficiaires de la créance de CIR disponible, tels que Sanofi :

---

[545] https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/le-credit-d-impot-recherche-un-dispositif-attractif-mais-pour-combien-de-temps-519844.html consulté le 22/05/2022
[546] https://www.anrt.asso.fr/sites/default/files/cout-chercheur-panel-anrt-cir-2015_0.pdf consulté le 22/05/2022
[547] http://sciencesenmarche.org/fr/wp-content/uploads/2015/04/RapportSenat_SeM.pdf consulté le 22/05/2002

> *« L'argument récemment avancé par le ministre des finances et qui revient régulièrement pour maintenir un état de détournement patent est intéressant : " Si on n'avait pas ce crédit d'impôt recherche plébiscité par toutes les entreprises, petites et grandes, Sanofi aurait mis depuis des années toute sa recherche, et sans doute même ses quartiers généraux, hors de France* [548]*»*

Les critiques des différents rapports sur le CIR concernent les montants attribués aux bénéficiaires, et le manque de contrôle de la part des pouvoirs publics.
En premier lieu, la réforme de 2008 qui a permis de doubler le nombre de bénéficiaires par rapport aux années précédentes, « *avec plus de 10 000 entreprises entrées entre 2007 et 2010.*[549] » Cependant, le rapport souligne également un taux de sortie du dispositif relativement important après la première année dans le dispositif, traduisant une « *activité de R&D discontinue chez entreprises de taille modeste.* »

L'élargissement des critères d'éligibilité du CIR dès 2008 est lié à la stratégie des pouvoirs publics en faveur du soutien aux entreprises en période de crise économique :

> *« L'accès à un CIR plus généreux après 2008 semble donc surtout avoir desserré les contraintes financières des bénéficiaires dans une période de crise économique, leur permettant ainsi de développer leur activité sans nécessairement privilégier une stratégie d'innovation* [550] *»*

Dans sa conception idéologique initiale de 1983,

> *« 1euro de CIR dépensé par l'Etat entraîne en moyenne 1,20 euro de dépenses de R & D supplémentaires par les entreprises bénéficiaires. Ce qui signifie que 20 % des dépenses de R & D n'auraient pas été réalisées sans le CIR.*[551] *»*

Cependant, un des résultats majeurs du rapport de la CNEPI concerne l'efficacité de l'incitation fiscale en fonction de la taille des entreprises :

> *« En ce qui concerne l'impact du CIR sur les entreprises selon leur taille, les travaux de l'OCDE précités corroborent les résultats de l'étude IPP-PSE. En effet, l'OCDE avance « que l'impact des incitations fiscales en faveur de la R-D serait inversement proportionnel à la taille des entreprises. Pour chaque euro d'aide fiscale reçue, les petites entreprises (moins de 50 salariés) investissent plus de 1,4 euro dans la R-D, les moyennes entreprises (50-249 salariés) 1 euro et les grandes entreprises (250 salariés ou plus) seulement 0,4 euro.) ».*

De fait, la créance de CIR serait exploitée de manière plus efficace par les petites entreprises que par les PME et les ETI. Ce résultat corrobore celui issu de mon étude de terrain et confirme l'importance du CIR dans la trajectoire des petites voire très petites entreprises, mais permet également de souligner le rôle central des acteurs de petite taille dans la production de la R&D et, ainsi, dans les processus d'innovation.

---

[548] Ibid.
[549] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin_1.pdf Consulté le 15/03/2022
[550] Ibid.
[551] https://www.lesechos.fr/economie-france/budget-fiscalite/lefficacite-du-credit-dimpot-recherche-validee-996344 Consulté le 15/03/2022

Néanmoins, l'étude de la CNEPI permet d'identifier des « *gains de performance économique* » induits par l'éligibilité au CIR des jeunes et petites entreprises (au niveau des efforts d'investissements, des chiffres d'affaires et des exportations), mais ne possède pas le matériau permettant de confirmer que l'ensemble de ces gains soient imputables au CIR. Les résultats démontrent tout de même que l'essentiel des impacts « *positifs sont identifiés pour les petites et moyenne entreprises (micro et PME)* mais qu'il n'y a pas *« d'effet positif significatif pour les relativement plus grandes entreprises, y compris les ETI (innovation, investissement, chiffres d'affaires, VA, exportations, etc.) »* au-delà du soutien pour surmonter la crise économique de 2008.
Ce rapport de la CNEPI soulève la question d'une réforme prochaine du dispositif qui n'a que peu évolué depuis 2008, si ce n'est au niveau des montants alloués. Michel Berson (sénateur député de l'Essonne apparenté au groupe politique des Socialistes) a notamment proposé, dès 2012, plusieurs réformes afin d'améliorer l'efficacité du Crédit Impôt Recherche. Ce dernier propose d'instaurer un taux unique de CIR à 20% pour les grandes entreprises afin de lutter contre les effets d'aubaine :

> *« Cette mesure permettrait d'éviter le gaspillage de 800 millions d'euros par an, qui constituent une simple baisse d'impôt sur les sociétés, sans impact réel sur les dépenses de R&D.* [552]*»*

Dans un même temps le député préconise, grâce notamment aux économies réalisées par la première mesure, d'augmenter le taux du CIR de 30 à 40% pour les PME et les ETI indépendantes. Cela permettrait d'augmenter la part des petites et moyennes entreprises dans l'enveloppe de 6 à 7 milliards d'euros annuels en faveur du dispositif. En 2018, selon une étude du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche,

> *« Près de 15 700 entreprises sont bénéficiaires du CIR recherche. Parmi celles-ci, 82 % sont des PME qui reçoivent 27 % de la créance* [553]*»*

Traduit autrement, cela signifie que 12 874 TPE et PME se partagent 1,7 milliards d'euros quand, dans un même temps 2826 grandes entreprises se partagent 4,8 milliards d'euros de créances. Cette donnée est cependant à considérer en prenant en compte le montant évolutif des investissements réalisés en fonction de la taille des entreprises (les entreprises de grande taille investissent davantage que les petites entreprises dans la R&D). Il faut également tenir compte de l'évolution générale de la fiscalité française. Cédric Audenis, commissaires général adjoint de France Stratégie souligne ainsi le fait que :

> *« Le CIR a été mis en place à une époque où la France avait une fiscalité des entreprises très élevée. Aujourd'hui, le gouvernement a enclenché une forte baisse des prélèvements – impôts sur les sociétés, impôts de production* [554]*»*

L'efficacité et les réformes potentielles du dispositif sont l'objet de débats récurrents au sein des plus hautes autorités et institutions gouvernementales. L'objet de cette recherche n'est

---

[552] https://www.senat.fr/presse/cp20120719.html Consulté le 09/03/2022

[553] https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T268/le_credit_d_impot_recherche_dispositif_de_soutien_a_la_r_d_des_entreprises/#:~:text=Pr%C3%A8s%20de%2015%20700%20entreprises,cr%C3%A9ance%20(graphique%2048.03a). Consulté le 15/03/2022

[554] https://www.lemonde.fr/politique/article/2021/06/01/l-efficacite-du-credit-d-impot-recherche-une-nouvelle-fois-tres-contestee_6082338_823448.html Consulté le 15/03/2022

cependant pas de répertorier l'ensemble des propositions émanant de l'opposition politique, des experts et consultants et autres organisations gouvernementales, ni de juger de l'efficacité générale du dispositif sur l'économie française. Cependant, un des principaux résultats de cette thèse souligne l'importance du CIR dans le financement des petites entreprises du numérique et de la création. Les spécificités des entreprises de petites tailles du numérique et de la création des acteurs en marge des dispositifs bancaires et de certains acteurs financiers. Ainsi, le CIR, qui ne tient pas compte de la rentabilité et de la croissance économique des entreprises pour participer aux investissements réalisés dans les projets de R&D semble le dispositif le plus à même de répondre aux caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création.

Enfin, du côté des industries culturelles et créatives, certains dispositifs fiscaux de financement, tels que les crédits d'impôts métiers d'art, création, cinéma, et jeux vidéo, malgré des enveloppes allouées moins élevés et leur manque de notoriété, soutiennent les petits acteurs agissant dans la création. Ces dispositifs ont un mécanisme similaire à ceux du crédit impôt recherche, sans condition de fonds propres ou de chiffre d'affaires. Ces dispositifs favorisent l'embauche de profils créatifs et les investissements réalisés pour la conception de collections, de productions cinématographiques et artisanale, mais encouragent également « l'innovation » et la « nouveauté », au sens d'un renouvellement des productions et des collections. Ainsi, le crédit d'impôt métiers d'art permet :

> *« d'alléger les coûts de conception de nouveaux produits (coûts salariaux notamment) tout en encourageant l'innovation et la création artisanale d'excellence.*[555] *»*

Le crédit d'impôt collection soutien :

> *« l'élaboration de nouvelles collections se différenciant des précédentes par les matières, dessins, formes ou couleurs*[556] *»*

Et le crédit d'impôt cinéma contribue :

> *« au développement de la création cinématographique française et européenne ainsi qu'à sa diversité. Ces œuvres doivent être de nature à promouvoir les talents et à stimuler et consolider la présence des ressources humaines et les capacités techniques requises pour la création cinématographiques*[557] *»*

Au sein de ces dispositifs de soutien, la créativité est associée à l'innovation et sert le renouvellement des collections et des productions. De fait, les crédits d'impôts traduisent une stratégie à trois niveaux menée par les pouvoirs publics :

1- Participer au maintien des investissements et des emplois créatifs au sein des filières des industries culturelles et créatives par la fiscalité,
2- Favoriser la pénétration d'enjeux d'innovation et de renouvellement permanent au sein de ces filières. Ainsi, on assiste à une intensification des articulations entre industries culturelles et communicationnelles encouragée par les pouvoirs publics. L'innovation

[555] https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31461 consulté le 20/04/2022
[556] https://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/2021-03/Credit-Impot-Collection-2021.pdf consulté le 20/04/2022
[557] https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/credit-dimpot-cinema_132769 consulté le 20/04/2022

et la créativité sont à la fois, très liées dans les objectifs des politiques publiques – en témoigne le crédit d'impôt métiers d'art qui encourage à la fois l'innovation et la création artisanale d'excellence - ; et à la fois relativement distinctes. Le nombre très important de dispositifs et la plasticité de ces dispositifs permet à chaque acteur de la création ou de l'innovation de bénéficier du soutien de la fiscalité en fonction de sa filière.

3- Le financement des activités de création, de R&D, et d'innovation par les crédits d'impôt témoigne du rôle important des politiques publiques dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création, mais également dans le maintien des filières des industries culturelles et communicationnelles. Deux tendances semblent néanmoins émerger :

- Les injonctions de plus en plus prégnantes à l'innovation et à la créativité au sein de tous les dispositifs publics,
- La pénétration de certains critères de rentabilité, déjà à l'œuvre dans les fonds d'investissement et les banques, au sein de dispositifs de soutien émanant d'acteurs publics ou semi-publics tels que l'Union Européenne, l'IFCIC, le CNC, la Banque Publique d'Investissement. Seuls les critères d'éligibilité aux dispositifs fiscaux de financement ne semblent pas encore traversés par ces enjeux de retour sur investissement à court terme.

PARTIE III° Conséquences des politiques publiques et des fonds d'investissements sur la trajectoire des petites entreprises, et sur l'évolution des filières et des modèles socioéconomiques

La définition des caractéristiques des petites entreprises du numérique et de la création, et des stratégies des politiques publiques en faveur de leur soutien a fait émerger sept trajectoires. Ces trajectoires, ainsi que les entretiens menés avec les fondateurs et les acteurs du financement témoignent d'évolutions des politiques publiques et des modèles socioéconomiques dans les secteurs du numérique et de la création. Du côté des politiques publiques, ce qui semble se jouer en premier lieu est la volonté de favoriser le renouvellement technologique au sein des filières des secteurs dits « créatifs ». Les injonctions à l'innovation pénètrent la quasi-totalité des dispositifs de soutien, y compris ceux spécifiquement établis pour les secteurs de la mode, du design, des « métiers d'art[558] », du cinéma, et du jeu vidéo. Ce mouvement correspond à une « industrialisation » des politiques publiques en faveur des industries culturelles vers des « *politiques industrielles standard* » :

> *« les modalités spécifiques d'intervention publique en direction des industries culturelles sont remises en cause au profit d'un alignement sur les politiques industrielles standard [559] »*

Ce mouvement « d'industrialisation » est déjà à l'œuvre au début des années 2000 et se définit comme un :

> *« Processus complexe que cette industrialisation, alimentée par trois séries de phénomènes interdépendants : la technologisation, que traduit l'arrivée du satellite et des systèmes afférents s'accompagnant (pour faire bref) des mécanismes de substitution tendancielle du capital au travail ; la rationalisation, qui induit le recours à des méthodes de gestion et de planification calquées sur celles des secteurs où prévalent l'organisation scientifique du travail et les activités tertiaires les plus industrialisées ; l'idéologisation, qui produit cet esprit industriel dont les expérimentateurs se réclament et au nom duquel ils confondent par exemple développement du satellite et satellite au service du développement.[560] »*

Au moins deux des trois phénomènes de l'industrialisation tels qu'ils ont été définis par Moeglin sont observables au sein des politiques en faveur de l'innovation. En premier lieu, le processus de « *technologisation* » des activités au sein des petites entreprises du numérique et de la création incarnée par les investissements massifs en R&D au détriment de la « créativité ». En second lieu, le processus « *d'idéologisation* » est également à l'œuvre et perceptible tant dans les politiques de soutien, que dans les stratégies mises en place par les fondateurs. Du côté des fondateurs, l'idéologisation répond d'une stratégie de valorisation des activités de R&D en vue d'obtenir les financements disponibles. Du côté des pouvoirs publics, mais également

---

[558] https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Metiers-d-art consulté le 22/05/2022

[559] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ?. Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258). Saint-Denis: Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241

[560] Mœglin P. dir. (1998), « L'Industrialisation de la formation : état de la question » Paris, Centre national de documentation pédagogique

des acteurs financiers et industriels, ce qui se joue correspond également à une stratégie d'industrialisation des secteurs du numérique et de la création :

> *« D'un point de vue idéologique, tant par des industriels ayant intérêt à l'extension de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, que par des instances politiques et/ou régulatrices au niveau national, européen ou international.*[561] *»*

Enfin, après avoir évoqué le phénomène de bancarisation à l'œuvre au sein des guichets de financement publics, il semble également que la logique de financiarisation et la concentration des capitaux imprègne les petites entreprises du numérique et de la création. Le financement par levées de fonds, les cessions d'activité à des acteurs industriels ou à des financiers, ainsi que la dépendance aux dispositifs fiscaux sont autant de trajectoires qui illustrent la financiarisation et la concentration à l'œuvre. L'objet de cette dernière partie est d'appréhender les effets de ces logiques sur les modèles socioéconomiques et culturels des petites entreprises du numérique et de la création.

CHAPITRE 1 : Effets des dispositifs publics de financement de l'innovation et de la créativité dans l'industrialisation et de la financiarisation des secteurs du numérique et de la création

Comme cela a précédemment été évoqué, la quasi-totalité des dispositifs de soutien auxquels peuvent prétendre les petites entreprises du numérique et de la création favorisent le renouvellement technologique permanent par le financement - élevé et peu restrictif - de la R&D et de l'innovation. Cette politique de soutien correspond à un mouvement initié depuis au moins 1983, avec la mise en place du CIR, et identifié dès 2006, dans un rapport au ministre de l'Économie et des Finances, par Lévy et Jouvet qui insistaient sur le fait que :

> *« C'est désormais la capacité à innover, à créer, des concepts et à produire des idées qui est devenue l'avantage compétitif essentiel. Au capital matériel a succédé, dans les critères essentiels du dynamisme économique, le capital immatériel.*[562] *»*

De cette volonté de financer abondamment l'innovation, la R&D et même la créativité ont émergé de nouvelles pratiques et des stratégies du côté des petites entreprises du numérique et de la création, en vue d'obtenir les financements disponibles.
De leur côté, les dispositifs de soutien public ont progressivement délaissé les subventions au profit des crédits d'impôts et des dispositifs de prêt. Pour Bouquillion, Miège et Moeglin (2015),

> *« Une dialectique se met en place destinée à favoriser à la fois le maintien de certaines mesures spécifiques au secteur culturel et l'abandon ou l'évolution d'autres mesures afin que l'intervention publique dans ce domaine se rapproche des politiques industrielles standards. […] Secundo, les préconisations des politiques publiques visent*

[561] Combès Y. (2007), « Quelles perspectives possibles entre industrialisation de la formation et industries culturelles ? » Colloque AIERI, Unesco
[562] https://edutice.archives-ouvertes.fr/edutice-00277820/file/d0612b.htm consulté le 5/04/2022

à faciliter l'accès des entreprises des industries créatives au financement privé à l'innovation.[563] »

Dans un même temps, les autres acteurs du financement, l'Europe via les fonds Creative Europe et Feder, les régions en co-financement avec la banque publique d'investissement, la BPI elle-même, l'IFCIC, ainsi que le CNC, se sont progressivement emparés des modalités et des stratégies de financement à l'œuvre chez les acteurs de l'investissements, financiers et bancaires. En faisant de l'adossement aux fonds propres et du retour sur investissement rapide les critères principaux de l'éligibilité aux différentes aides, les acteurs historiques du financement des industries culturelles (IFCIC, CNC) ne prennent plus en compte les spécificités des petites entreprises des filières du numérique et de la création. La dimension marchande et la réussite commerciale – ce que les acteurs de l'investissement interrogés nomment « *traction commerciale* » - sont survalorisées dans les critères d'éligibilité. Cette tendance a déjà été identifiée par Bouquillion et Le Corf (2010), pour qui, l'enjeu principal des politiques publiques de soutien repose sur le fait suivant :

« Moins qu'un vaste plan d'aides publiques aux entreprises créatives, impossible à mettre en place, l'enjeu est de faciliter l'accès aux dispositifs d'aides publiques existants, d'en créer éventuellement de nouveaux plus adaptés aux spécificités des industries créatives (objectifs limités à l'aide à l'innovation et à la créativité) et de faciliter l'accès des entreprises créatives au système financier et bancaire [564] »

Une des conséquences principales de l'injonction à l'innovation dans les politiques publiques est de favoriser le renouvellement technologique permanent des filières. Cette tendance concerne tant les petites entreprises du numérique, que celles de la création, également confrontées à la nécessité de participer au renouvèlement de leur activité et des projets menés en interne. Cela s'inscrit dans ce que Bouquillion a nommé :

« De puissantes redistributions des cartes se produisent, essentiellement entre, d'une part, les acteurs des industries de la culture (cinéma et audiovisuel, édition, musique enregistrée, presse et information) et, d'autre part, les industries de la communication (Web et informatique, télécommunications, matériels grand public) [565] »

Dans les années 2010, les rapports de force et les stratégies à l'œuvre entre les acteurs des industries de la communication et ceux de la culture concernaient essentiellement les contenus.

« Dans cette perspective, les rapports entre acteurs se transforment et les contenus sont au cœur des conflits entre ceux-ci. Pour autant, les processus industriels et marchands ne disparaissent pas. Les mouvements en cours au sein des industries de la culture et de la communication nous semblent même pouvoir s'interpréter comme un renforcement des processus d'industrialisation et de marchandisation.[566] »

---

[563] Bouquillion P., Miège B., Moeglin P. (2013), « L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles «

[564] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258). Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241"

[565] Bouquillion, P. (2012), « Mutations des industries musicales et actualité des théories des industries culturelles » In Dorin, S. (Ed.), Sound Factory. Éditions Mélanie Seteun. doi :10.4000/books.ms.1058

[566] Ibid.

L'activité des entreprises de mon panel éligibles aux crédits d'impôts recherche et/ ou innovation semble démontrer que les rapports de force et les stratégies au sein des filières du numérique et de la création concernent davantage les données (enjeux liés à la collecte, au traitement et à l'analyse des données massives) que les contenus. Les petites entreprises du numérique et de la création créées après 2010 concentrent leurs développements sur les données massives. Ont ainsi émergé de puissants algorithmes de recommandation et de prescription, ainsi que des plateformes de mise en relation ou de marché au sein de structures de petite taille agissant dans les industries culturelles (musique, presse, cinéma, etc.) mais dont l'activité principale s'est progressivement orientée vers les industries de la communication.
Cette tendance est encouragée dans les dispositifs de soutien émanant d'acteurs tels que BPI France, l'IFCIC, les régions, Europe Créative qui mettent en place des critères de sélection issus des acteurs financiers et bancaires en vue de soutenir des entreprises considérées comme les plus prometteuses. Seuls les dispositifs de crédit d'impôt ne répondent pas d'une logique et d'objectifs similaires et soutiennent toutes les entreprises, y compris celles ne correspondant pas aux critères de sélection des guichets publics précédemment évoqués. Les injonctions à l'innovation et à la créativité participent des « *représentations idéologiques* [567]» au service de stratégies d'acteurs, en l'occurrence les pouvoirs publics. Ces injonctions se matérialisent également du côté des petites entreprises du numérique et de la création, et prennent la forme de positionnements stratégiques et permettant d'être éligible aux dispositifs de soutien évoqués.
Les injonctions à l'innovation et à la créativité participent du « *processus d'idéologisation* » propre à la *« société de l'information »* ou *« société de la communication »* en situant les activités éligibles aux dispositifs de soutien, au carrefour de trois univers « *la science, la technique et la production capitaliste* [568]»
Les processus de « *technologisation, d'idéologisation, et de marchandisation* » à l'œuvre dans les dispositifs de financement s'observent du côté de la banque publique d'investissement, qui appréhende l'innovation comme une :

> *« Source essentielle de compétitivité, l'innovation est l'une des priorités de Bpifrance, depuis le soutien de la R&D jusqu'au renforcement du capital des entreprises innovantes.*[569] *»*

Un des objectifs principaux évoqués par la BPI est de :

> *« Faire de la France un grand pays d'innovation et s'attaquer aux grands défis du XXIe siècle et renforcer la compétitivité française.* [570]*»*

Les processus d'idéologisation et de technologisation sont à l'œuvre au sein des acteurs du financement du numérique, mais également du côté de la création. Ainsi, du côté des industries créatives, la banque publique, via son fonds « *Tech & Touch* », promet d'investir dans :

> *« Des sociétés dont le modèle repose d'une part sur une dimension créative et des contenus, et d'autre part sur une innovation technologique, d'usage ou de modèle économique.* [571] *»*

---

[567] Ibid.
[568] Ibid.
[569] https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/innovation consulté le 14/03/2022
[570] Ibid.
[571] https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/investissement/investissement-expertise/industries-culturelles-et-creatives Consulté le 14/03/2022

Dans le cas des industries culturelles et créatives, les modalités d'intervention de BPI France sont proches de celles à l'œuvre dans les fonds d'investissement :

- *« Des investissements directs minoritaires dans des startups : Seed Capital, Série A et Série B, -*
- *Des investissements indirects dans les industries culturelles et créatives (fonds de fonds) »*

La définition des industries créatives par la BPI traduit une volonté de rassembler l'ensemble des filières des industries culturelles, et certaines des industries communicationnelles au sein d'un vaste ensemble d'activités dites « créatives ».

> *« Nous couvrons l'ensemble des secteurs de la culture, de la création et du savoir-faire à la française : le cinéma et l'audiovisuel, la mode et le luxe, les jeux vidéo, la beauté, la musique et le spectacle vivant, l'édition, les arts visuels, l'art de vivre et le patrimoine culturel.* [572]»

Dans la présentation de son fonds *Tech & Touch,* la BPI précise la prise en compte « *des spécificités propres à chacune des filières* ». Les spécificités évoquées ne concernent cependant que les « *dynamiques de marché* » et les « *modèles économiques* » des ICC, confirmant les processus à l'œuvre d'idéologisation, et de marchandisation du financement, y compris dans les filières qui nous intéressent. L'ensemble des filières des ICC partageraient des « *dénominateurs communs* », à savoir le « *talent créatif, savoir-faire, marque, …*[573] »
Le nombre d'entreprises des ICC bénéficiant des investissements émanant de la banque publique est cependant extrêmement restreint. Depuis la création du dispositif en 2017, seules 60 entreprises ont été accompagnées pour un total d'actifs sous gestion de 400 millions d'euros. Une goutte d'eau quand selon différentes études les entreprises des industries culturelles et créatives seraient approximativement 300 000 en France[574]. Ces chiffres varient selon les sources et les multiples définitions des industries culturelles et créatives. Cependant, malgré l'incertitude concernant la catégorisation des activités, le nombre d'entreprises accompagnées par la banque publique semble infime à l'égard du nombre d'acteurs. Cela confirme une des hypothèses de départ de cette thèse qui repose sur le fait que les dispositifs mis en place par les institutions tels que BPI France s'imprègnent de critères de sélection drastiques, limitant la prise de risque et participant de l'industrialisation et de la marchandisation du financement public des ICC.

Les dispositifs de soutien européen à l'innovation, à la R&D et aux industries créatives : une vision industrielle de l'accompagnement ?

Tant dans les premiers rapports officiels portant sur l'économie créative et sur l'innovation, que dans les dispositifs mis en place à partir de 2021, l'Europe applique une vision industrielle des filières. Pour justifier des stratégies découlant de cette vision industrielle, Bouquillion souligne plusieurs éléments issus des rapports officiels :

---

[572] Ibid.
[573] Ibid.
[574]https://www.ey.com/fr_fr/tmt/3e-panorama-des-industries-culturelles-et-creatives-en-france#:~:text=Quand%20elle%20r%C3%A9unit%20les%20forces,l'influence%20de%20la%20France.
Consulté le 14/03/2022

> *« Les industries créatives produiraient des biens symboliques faiblement substituables. Dans cette perspective, de nombreux produits dans les économies contemporaines deviennent des produits dont la valeur serait moins « fonctionnelle » que « symbolique ». Il est notamment souligné que les biens dont la valeur est essentiellement symbolique peuvent être vendus à des prix relativement élevés, déconnectés des coûts de production et qu'ils offrent une expérience unique au consommateur. Les droits de propriété doivent donc être protégés afin de garantir le maintien de cette position aux mains des acteurs qui ont pu les acquérir. La dimension libérale cohabite ainsi avec le respect de droits de propriété et, ainsi, avec un encadrement du marché.*[575] *»*

De plus, dans les différents rapports étudiés, les industries créatives sont décrites comme des activités « transectiorielles »,

> *« Cette dimension ferait des industries une sorte de « courroie de transmission » de la créativité en direction des autres secteurs de l'économie* [576] *»*

En témoigne le volet « transectoriel » du relais culture Europe qui prévoie, parmi d'autres volets soutenus par Europe Créative, un budget de 2,44 milliards d'euros pour la période 2021-2027 :

> *« Le volet trans-sectoriel s'adresse à tous types d'acteurs culturels et audiovisuels et particulièrement aux médias d'information.* [577]*»*

La vision industrielle du financement est encore plus marquée dans le programme Horizon Europe qui concerne davantage les activités de recherche et d'innovation en vue de :

> *« Renforcer l'innovation industrielle, notamment en investissant dans des technologies clés, en améliorant l'accès aux capitaux et en soutenant les PME* [578] *»*

L'innovation est appréhendée comme un outil d'augmentation de la compétitivité industrielle européenne permettant de créer des emplois et permettant :

> *« Pleine utilisation du réservoir de talents de l'UE, stimule la croissance économique, promeut la compétitivité industrielle et optimise l'impact des investissements dans un espace européen de la recherche renforcé* [579] *»*

Le modèle de financement du programme Horizon Europe comprend « *un taux de financement des coûts directs s'élevant jusqu'à 100 %* » via le recours aux subventions à montant forfaitaire. Une des difficultés majeures repose dans le nombre très important de programmes de soutien mise en place par l'UE. Ainsi, d'après les critères d'éligibilité, les entreprises du

---

[575] Bouquillion P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [En ligne], Vol. 4, n° 2

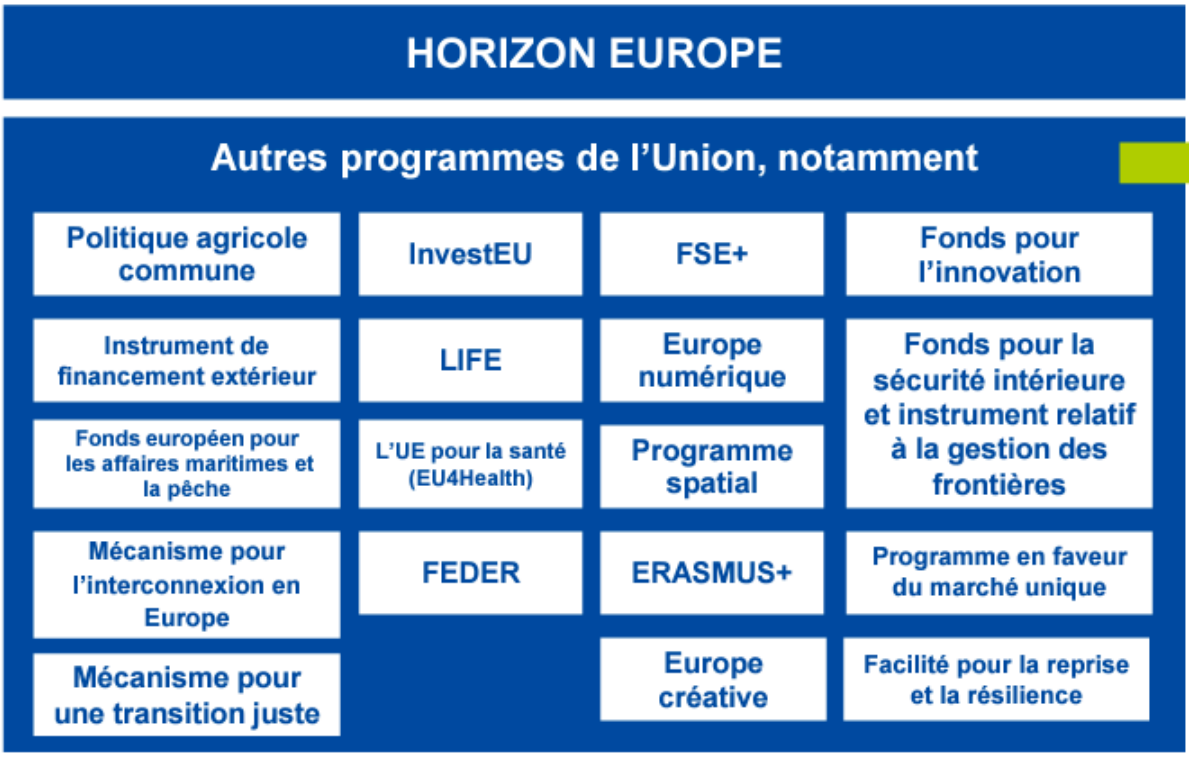
[576] Ibid.

[577] https://relais-culture-europe.eu/fr/le-programme-europe-creative consulté le 15/03/2022

[578] https://france.representation.ec.europa.eu/strategie-et-priorites/les-politiques-cles-pour-la-france/le-soutien-la-recherche-et-linnovation-en-france_fr Consulté le 15/03/2022

[579] https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/research_and_innovation/strategy_on_research_and_innovation/presentations/horizon_europe/rtd-2021-00013-02-00-fr-tra-01.pdf Consulté le 15/03/2022

numérique et de la création agissant dans une filière des ICC pourraient prétendre au « *fonds pour l'innovation* », à « *Europe créative* », ainsi qu'à « *Horizon Europe* » voire à « *Europe Numérique* ». Les modalités d'intervention ne sont pas toujours les mêmes et les objectifs peuvent diverger, mais du côté de l'activité des entreprises, ces différents dispositifs possèdent une grande plasticité.
Le document ci-dessous récapitule l'ensemble des programmes de soutien mis en place par l'UE [580] :



A également été mise en place, le « *conseil européen à l'innovation* » (CEI) qui s'adresse aux entreprises développant des :

> *« Innovations de nature radicale et disruptive qui ont un potentiel d'expansion mais qui sont trop risquées pour les investisseurs privés (70% du budget alloué aux PME)* [581] »

En fonction du stade de développement de l'entreprise, le CEI propose un financement par subventions (pour les jeunes entreprises) et un financement par investissements (pour les

[580] chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finfo%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fresearch_and_innovation%2Fstrategy_on_research_and_innovation%2Fpresentations%2Fhorizon_europe%2Frtd-2021-00013-02-00-fr-tra-01.pdf&clen=1107347&chunk=true) consulté le 15/03/2022
[581] Ibid 461.

structures ayant déjà trouvé leur marché). Les conditions d'intervention, les montants ainsi que le nombre d'entreprises bénéficiaires ne sont cependant pas rendus publics.
De fait, les entreprises du numérique agissant dans le développement de solutions considérées comme « innovantes » par l'UE, et qui répondent de l'objectif de « stimuler la croissance économique en Europe » peuvent ainsi solliciter un accompagnement de l'UE, sur un des programmes précédemment évoqués et listés dans le document ci-dessus.
Du côté de la création, les dispositifs de soutien aux industries créatives par l'UE sont moins nombreux. Un des volets du programme « Horizon Europe » programme de soutien à la recherche précédemment évoqué, s'intitule « *culture et la* créativité *et société inclusive* ». Le budget alloué pour ce pôle est de 2.28 milliards d'euros, comme cela est précisé dans le budget récapitulatif ci-dessous :

Pilier II

Budget pour les pôles et le JRC

aux prix courants

Pôle 1	Santé	8,246 milliards d'EUR (dont 1,35 milliard provenant de Next Generation EU)
Pôle 2	Culture, créativité et sociétés inclusives	2,28 milliards d'EUR
Pôle 3	Sécurité civile pour la société	1,596 milliard d'EUR
Pôle 4	Numérique, industrie et espace	15,349 milliards d'EUR (dont 1,35 milliard d'EUR provenant de Next Generation EU)
Pôle 5	Climat, énergie et mobilité	15,123 milliards d'EUR (dont 1,35 milliard d'EUR provenant de Next Generation EU)
Pôle 6	Alimentation, bioéconomie, ressources naturelles, agriculture et environnement	8,952 milliards d'EUR
	JRC (actions directes non nucléaires)	1,97 milliard d'EUR

Les pôles comprennent un budget consacré aux partenariats et aux missions.
Next Generation EU est l'instrument de l'Union européenne pour la relance

Commission européenne

Données issues du PROGRAMME UE RECHERCHE& INNOVATION 2021 –2027

Pour Bouquillion (2010), les premiers rapports européens sur la créativité ou les industries créatives datent du milieu des années 2000. Deux visions de l'économie créative et de son soutien à l'échelle européenne se dégagent :

> *« L'une est étroite, elle place l'acte créatif dans le domaine esthétique et culturel au centre des industries créatives, tandis que l'autre, beaucoup plus large, s'intéresse à la diffusion de la créativité et de l'innovation dans l'économie et la société.*[582]*»*

A l'échelle européenne, la commission a mis en place, en 2012, un programme de soutien afin de :

> *« Promouvoir les secteurs de la culture et de la création pour favoriser la croissance et l'emploi dans l'Union européenne* [583]*»*

[582] Ibid.

[583] https://www.eesc.europa.eu/fr/our-work/opinions-information-reports/opinions/industries-creatives-et-culturelles-un-atout-europeen-valoriser-dans-la-competition-mondiale consulté le 15/03/2022

Le dispositif de soutien « *Europe Creative* » qui se décompose en trois volets d'activités est le plus important à l'échelle européenne dans le financement des industries créatives. Un des trois volets du programme concerne la culture (« *volet culturel »)* et, sous la forme d'appels à candidature, finance des projets dans les secteurs de la musique, du patrimoine culturel, des arts du spectacle et de la littérature, via des subventions. Le budget alloué pour cet appel s'élève 5.000.000 euros et l'UE a annoncé vouloir financer environ 40 projets au niveau européen.

Le « *volet culturel* » répond à plusieurs objectifs :

- *« Accroître la coopération artistique et culturelle au niveau européen afin d'encourager la création d'œuvres européennes et de renforcer la dimension économique, sociale et extérieure des secteurs de la culture et de la création en Europe, ainsi que l'innovation et la mobilité dans ces secteurs ;*
- *Promouvoir la compétitivité, l'évolutivité, la coopération, l'innovation et la durabilité, y compris par le biais de la mobilité, dans le secteur de l'audiovisuel européen ;*
- *Promouvoir la coopération au niveau des politiques et les actions innovantes à l'appui de tous les volets du programme, et promouvoir un environnement médiatique diversifié, indépendant et pluraliste, et l'éducation aux médias, favorisant ainsi la liberté d'expression artistique, le dialogue interculturel et l'inclusion sociale.*[584] »

L'innovation est corolaire à la créativité dans le soutien aux secteurs culturels tel qu'il a été pensé par le dispositif « *Europe Creative* », participant du flou autour des notions d'innovation et de création. Dans un article de 1999 portant sur les politiques industrielles de l'Europe, la créativité dont l'actif principal serait le brevet, est perçue comme la source principale de développement de l'activité et de financement des PME dans des contextes de forte concurrence :

> *« Face aux grandes entreprises, les PME ne peuvent opposer que leur créativité ; le brevet, comme actif incorporel versé au capital de l'entreprise, est alors un atout essentiel pour entreprendre des négociations, entrer dans un réseau ou encore mobiliser des ressources financières.*[585] »

Au début des années 2000 et à la fin des années 1990, l'accent était mis, dans les rapports sur les industries créatives, sur la défense des droits de la propriété intellectuelle en lien avec le développement des TIC. Les nouveaux programmes européens de soutien aux industries créatives mettent l'accent sur l'innovation en tant qu'opportunité de développement commercial des pays membres et comme outil de coopération transnational.
A l'échelle européenne, l'industrialisation du financement des industries créatives et culturelles est également à l'œuvre. Cela se traduit notamment par le fait que le programme « *culture, créativité et société inclusives* » soit considéré comme l'un des six pôles de « *compétitivité industrielle européenne* » - au même titre que la santé, la sécurité civile pour la société, le numérique et industrie de l'espace, le climat l'énergie et la mobilité, ainsi que l'alimentation, bioéconomie, ressources naturelles, agriculture et environnement- financés à hauteur de 53.5

[584] https://www.touteleurope.eu/l-europe-et-moi/europe-creative-le-programme-pour-les-secteurs-audiovisuel-culturel-et-creatif/ Consulté le 14/03/2022
[585] Guillaume, H. (2000), « Le soutien public à l'innovation et à la recherche développement. Politiques industrielles pour l'Europe », 235-241.

milliards d'euros [586]. Cette tendance ne date pas des derniers programmes européens qui ambitionnent de lutter contre la délocalisation des activités vers des pays émergents :

> *« Alors que les activités manufacturières issues de la première et de la seconde révolutions industrielles se délocaliseraient en direction des pays émergents, les activités qui reposent sur l' « intelligence », les « idées » et la « créativité » pourraient rester l'apanage des anciens pays industrialisés.* [587] »

En faisant de « *l'économie immatérielle* » et des « *idées* » les ressources principales du développement économique des nations selon les propositions idéologiques telles que « *la société de l'information* [588]», « *la société de la connaissance* », ou encore « *l'économie immatérielle* », les promoteurs publics des industries créatives ont posé les bases de la vision actuelle du financement de l'innovation par les acteurs européens, mais également français :

> *« Maurice Lévy et Jean-Pierre Jouyet, défenseurs de l'économie immatérielle, affirment, dans leur rapport au ministre de l'Economie et des Finances en mars 2006, que les « idées » forment un « capital productif intangible » primordial : « C'est désormais la capacité à innover, à créer, des concepts et à produire des idées qui est devenue l'avantage compétitif essentiel. Au capital matériel a succédé, dans les critères essentiels du dynamisme économique, le capital immatériel.* [589] »

Il est étonnant de retrouver le volet culturel et créatif parmi les six pôles soutenus en priorité par les politiques de « *compétitivité industrielle européenne* » tant les activités des autres secteurs cités (santé, énergie, bio économie, etc…) sont d'une taille économique et financière bien supérieure à celle des activités culturelles. Cette question avait déjà été soulevée par Bouquillion (2010) au sujet de la promotion des industries de la communication par rapport aux industries culturelles par les pouvoirs publics. Les filières culturelles, malgré un poids économique moindre par rapport aux filières de la communication, bénéficient des faveurs de la part des différents acteurs socio-économiques et institutionnels car l'impact des technologies y est important. Les enjeux liés au développement des NTIC (considérées comme des filières industrielles, aussi appelées industries de la communication), pénètrent également les petites entreprises du numérique et de la création comme cela a été l'objet de la partie 1 de ce manuscrit. De fait, l'Europe, par le financement des activités innovantes au sein des industries créatives participe à l'industrialisation des filières et du financement.
Cette tendance industrialisante est également à l'œuvre dans le « *volet Media* » d'Europe Creative axé sur l'audiovisuel. Ce programme vise à financer la « *conception de jeux vidéo innovants et d'expériences de réalité virtuelle*[590] » qui « *sera destiné aux start-up prometteuses* ».

---

[586] chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finfo%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fresearch_and_innovation%2Fstrategy_on_research_and_innovation%2Fpresentations%2Fhorizon_europe%2Frtd-2021-00013-02-00-fr-tra-01.pdf&clen=1107347&chunk=true consulté le 15/03/2022

[587] Ibid 458.

[588] Ibid 458.

[589] Ibid.

[590]chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finfo%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fresearch_and_innovation%2Fstrategy_on_research_and_innovation%2Fpresentations%2Fhorizon_europe%2Frtd-2021-00013-02-00-fr-tra-01.pdf&clen=1107347&chunk=true consulté le 15/03/2022

Néanmoins, aucune des entreprises étudiées dans cette thèse n'a bénéficié d'un des programmes européens de soutien à l'innovation ou aux industries créatives malgré une appartenance sectorielle évidente. Les critères d'éligibilité qui reposent sur la « *capacité financière* » des entreprises bénéficiaires concernent le fait que :

> *« Les candidats doivent disposer de sources de financement stables et suffisantes pour poursuivre leur activité pendant toute la période d'exécution de l'action et pour participer à son financement.*[591] »

Il n'est pas aisé de trouver des informations concernant les autres critères financiers des différents dispositifs. Pour expliquer l'absence d'entreprises de mon panel parmi les projets accompagnés par les programmes européens, peuvent évoquer deux hypothèses :

- Du côté de l'UE, le nombre de projets sélectionnés est extrêmement faible rapporté aux nombres d'entreprises éligibles d'après les critères de sélection,
- Du côté des entreprises et de leur conseil, le montage des dossiers de financement européens peut apparaître comme long et périlleux avec un résultat très aléatoire, contrairement aux dispositifs fiscaux de financement de l'innovation et de certaines subventions nationales et régionales.

Les dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation et à la créativité participent-ils également à l'industrialisation des filières des ICC ?

Le fonds de soutien du CNC est le principal guichet de financement fiscal des industries culturelles. L'enveloppe qui lui est alloué devrait atteindre « *702,8 millions d'euros en 2022 soit un montant quasiment équivalent à celui enregistré en 2019 : 696,4 millions d'euros.* [592]» Le montant de l'enveloppe allouée au fonds d'aide du CNC avait connu une réduction entre 2019 et 2020, comme en témoigne le tableau ci-dessous avant de connaître une ré augmentation fin 2021 :

[591] https://www.europacreativamedia.cat/rcs_auth/convocatories/2._guidelines_fr_0.pdf consulté le 15/03/2022
[592] http://www.senat.fr/rap/l21-163-319/l21-163-3198.html consulté le 16/03/2022

Évolution des dépenses du fonds de soutien du Centre national du cinéma et de l'image animée de 2018 à 2022

(en millions d'euros)

	Exécution 2018	Exécution 2019	Exécution 2020	Prévision 2021	Prévision 2022
Action 1 - Production et création cinématographiques	135,4	126,5	80,6	128,3	135,6
Action 2 - Production et création audiovisuelles	290,8	270,7	266,2	255,5	268,8
Action 3 - Industries techniques et innovation (soutiens sélectifs)	24,2	22,2	23,8	28,5	23,6
Action 4 - Distribution, diffusion et promotion	228	230,1	158	179	223
Action 4 *bis* - Plan numérique	11,6	9	4,8	7	8,8
Action 5 - Autres soutiens aux industries cinématographiques et audiovisuelles	42	42,4	45,9	47,5	43
Total des dépenses du fonds de soutien	**731,9**	**696,4**	**579,4**	**645,8**	**702,8**

Source : commission des finances du Sénat, d'après le document stratégique de performance du CNC - Perspectives 2022

Au sujet de l'industrialisation des filières, Chantepie et Paris (2021) soulignent que :

> *« Depuis la formation de son modèle économique fondé sur la projection en salle, l'organisation industrielle du cinéma fait preuve d'une grande stabilité. L'incertitude et le risque y dominent, loi des industries culturelles qui offrent des biens d'expérience.*[593] *»*

Les filières cinématographiques sont, comme l'ensemble des filières des ICC, exposées au poids de l'incertitude notamment lié à la création des œuvres et à la réussite commerciale à la sortie de la production.

> *« L'industrie du cinéma, comme toute activité de création, produit des biens qui ne répondent pas à une demande clairement identifiée et dont la valeur dépend beaucoup de la capacité à se distinguer ou apparaître novateurs par rapport aux biens existants…* [594]*»*

Les dispositifs de crédits d'impôts ont été mis en place afin de participer à la réduction de cette incertitude et apparaissent comme la source de soutien privilégiée du CNC. Les deux objectifs principaux auxquels répondent les crédits d'impôts sont de limiter les délocalisations, notamment des tournages, et favoriser la création d'emplois dans ces filières.
D'après le tableau ci-dessous, les dépenses fiscales en faveur du cinéma se décomposent entre les SOFICA (évoquées dans la seconde partie de cette recherche doctorale), les crédits d'impôts cinéma, audiovisuel, international et jeux vidéo de la sorte :

[593] Chantepie, P. & Paris, T. (2021), « Une filière de production stable » Dans : Philippe Chantepie éd., Économie du cinéma (pp. 7-24). Paris : La Découverte. Consulté le 16/03/2022

[594] Ibid.

Dépense fiscale en faveur du cinéma 2018-2022

(en millions d'euros)

	2018	2019	2020	2021	Prévision 2022
SOFICA	30,3	30,2	29	29	35
Crédit d'impôt « cinéma »	142,5	121	113	85	85
Crédit d'impôt « audiovisuel »	131	139	148	140	140
Crédit d'impôt « international »	67	56	73	77	97
Crédit d'impôt « jeux vidéo »	24	42	49	63	57
Total	**394,8**	**388,2**	**412**	**394**	**414**

Source : commission des finances, d'après le document stratégique de performance du CNC - Perspectives 2022

Par leur activité d'acteurs financiers et d'investissements, les SOFICA participent de la pénétration de la sphère financière à l'œuvre dans la filière cinématographique. Au même titre que les sociétés de capital investissement dans les petites entreprises du numérique, les SOFICA financent et participent du développement des acteurs cinématographiques et audiovisuels. Cependant, l'Etat joue un rôle de régulateur dans le financement des œuvres par les 12 SOFICA agréées en 2021. Ainsi, la Direction générale des finances publiques (DGFIP) fixe le montant de la collecte autorisée pour chaque société en accord avec le CNC, et garantie la répartition des fonds collectés entre les différentes productions (production ou distribution indépendante, contrats d'association vers des films au devis inférieur à 8 M€, contrats d'association vers des premiers et deuxièmes films). Selon le CNC, ce sont près de 71 millions d'euros qui ont été collectés par les SOFICA auprès des épargnants en 2021[595]. Les dispositifs de financement, entre les crédits d'impôt et les SOFICA participent de l'industrialisation des filières cinématographiques et audiovisuelles et sont très liés au « mode de production capitaliste » :

> *« Le passage aux industries culturelles est lié au mode de production capitaliste. Dans les années 1970, les produits culturels industriels sont marqués par leur reproductibilité et leur internationalisation. À ces traits distinctifs s'ajoute l'incertitude concernant ces produits, puisqu'on est mieux assuré de leur succès par la maîtrise de leur valorisation que par celle de leur production.* [596]*»*

Parmi les 60 entreprises étudiées dans cette thèse, aucune n'agit dans la production, la création ou la distribution d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles. Cependant, certaines agissent en tant qu'acteurs d'intermédiation au sein des filières. En produisant des données concernant les modes de consommation de la culture, ces acteurs répondent aux caractéristiques des industries de la communication, plutôt qu'aux industries culturelles. Les modalités de financement des industries traversées par les NTIC et les enjeux de renouvellement technologique permanent participent également de la financiarisation et de

[595] https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/sofica--71-m-pour-la-creation-independante-en-2022-11-m-de-plus-quen-2021_1601992 consulté le 16/03/2022

[596] Bacharach P. (2017), « Miège,B. « Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus,

l'industrialisation des filières. Bouquillion (2012), souligne la tendance industrialisante à l'œuvre dans les politiques publiques de soutien aux ICC :

> *« À l'occasion de leur insertion dans la catégorie des industries créatives, les modalités spécifiques d'intervention publique en direction des industries culturelles sont remises en cause au profit d'un alignement sur les politiques industrielles standard.*[597] »

La réforme du CIR de 2008 a eu deux conséquences principales pour les filières des industries de la culture et de la communication. En premier lieu, elle a conduit à une forte augmentation de la dépense publique en faveur de la R&D privée qui a induit une augmentation significative du nombre d'entreprises bénéficiaires. Aucune étude ne s'est spécifiquement consacrée au nombre d'entreprises des ICC bénéficiant du dispositif, cependant :

- *« le nombre d'entreprises ayant déclaré des dépenses de R&D pour bénéficier du CIR a augmenté de 34 % en 2008, le nombre total de déclarants s'élevant à 12.949 unités.*
- *- le coût du CIR a fortement augmenté en 2009, passant en un an de 1.682 millions d'euros à 4.155 millions d'euros. Pour sa part, l'assiette du crédit d'impôt a progressé de 143 millions d'euros* [598] »

Le CIR n'apparaît jamais dans les rapports officiels portant sur le financement des ICC comme une modalité de financement des activités numériques et d'innovation. L'AFD (Agence Française de Développement) souhaite participer aux réformes des politiques publiques en faveur du développement « *d'un cadre favorable au développement des ICC* », et de la mise « *en œuvre des politiques pour promouvoir la diversité des expressions culturelles* ». Le financement par les crédits d'impôts est vu comme outil de :

> *« La stimulation de l'implication du secteur privé dans le secteur de la culture (crédits d'impôts, réglementation fiscale)* [599]»

BPI France, dans les critères d'éligibilité du « *Prêt Touch* » considère le fait « *de bénéficier des crédits d'impôt et taxes liées aux Industries Culturelles et Créatives* »[600], comme un critère d'appartenance aux industries créatives. Cependant, le crédit impôt recherche n'est ici pas considéré comme un dispositif de soutien aux industries culturelles et créatives. Son ainsi considérées comme éligibles :
Les Crédit d'impôt en faveur des métiers d'art, Crédit d'impôt cinéma, Crédit d'impôt collection, Crédit d'impôt production phonographique, Crédit d'impôt pour les entreprises de spectacles vivants musicaux ; et également les différentes taxes : CTC (Comité Professionnel de Développement Cuir Chaussure Maroquinerie), Taxe HBJOAT (Horlogerie-Bijouterie-Joaillerie et sur l'orfèvrerie et les arts de la table, Taxe DEFI (Promotion de l'Habillement).

---

[597] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258)
[598] http://www.senat.fr/rap/r09-493/r09-493_mono.html#:~:text=%2D%20le%20nombre%20d'entreprises%20ayant,%C3%A0%204.155%20millions%20d'euros. Consulté le 21/03/2022
[599] https://www.afd.fr/fr/page-thematique-axe/industries-culturelles-et-creatives consulté le 21/03/2022
[600] https://les-aides.fr/aide/RSCf3w/bpifrance/pret-aux-industries-creatives.html consulté le 21/03/2022

Du côté de la recherche, certains auteurs comme Oakley (2009), se montrent très critiques à l'égard de ces stratégies de soutien public et des perspectives liées au financement de l'innovation dans les industries culturelles et créatives :

> *« Des efforts ont été faits afin d'articuler le secteur culturel avec le monde de l'innovation, car c'est là que les ressources* (big money) *se trouvent* [601] *»*

Pour Oakley également,

> *« La continuité qui existait entre les politiques en faveur des industries culturelles et celles en direction des industries créatives s'est rompue avec les thèmes de la créativité et de l'innovation* [602]*»*

Dès lors, il semble légitime de questionner le rôle du CIR comme dispositif de soutien des ICC sacralisé par les pouvoirs publics.

Le dispositif participe-t-il de la remise en cause du rôle de l'institution publique au profit d'une vision libéralisée de l'accompagnement ?

A la lecture des différents rapports et textes officiels traitant du financement des industries culturelles et créatives, force est de constater que le numérique et les nouvelles technologies sont accusés, avec récurrence, d'avoir « *frappées* » les industries culturelles et causées une crise des filières :

> *« Premier constat : la révolution numérique est à peine surmontée.*
> *La musique est le premier secteur parmi les industries culturelles à avoir été frappé par la crise due à l'arrivée d'innovations numériques révolutionnant la consommation de produits culturels. Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée a été divisé par trois entre 2002 et 2015.* [603]*»*

De cette « crise » des filières serait nés les différents crédits d'impôt culture tels que le crédit d'impôt cinéma en 2004 et qui a déjà été précédemment évoqué, ou le crédit d'impôt pour la production phonographique en 2006 :

> *« Depuis 2002, la crise de l'industrie musicale a conduit les pouvoirs publics à renforcer leurs interventions, à la fois pour des raisons sociales, économiques et culturelles.*
> *À cet effet, l'article 36 de la loi n° 2006-961 du 1er août 2006 relative aux droits d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information, dite DADVSI, a instauré un crédit d'impôt au titre des dépenses de production et de développement d'œuvres phonographiques au bénéfice de productions concernant des nouveaux talents, entré en application le 1er janvier 2006. Lorsque l'album est chanté, s'impose également une condition de francophonie* [604]*»*

---

[601] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? » Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258)
[602] Ibid.
[603] https://www.senat.fr/rap/a19-145-43/a19-145-43_mono.html#toc77 consulté le 21/03/2022
[604] Ibid.

Néanmoins, comme cela a déjà été évoqué, ces différents crédits d'impôts aux industries culturelles sont moins avantageux que le crédit d'impôt recherche. Du côté des rapports sénatoriaux et lois de finances où sont évoquées les industries culturelles et créatives, il n'est peu, voire pas, question des enjeux liés à la R&D et à l'innovation. Pour entrevoir des éléments explicatifs et « historiques » de la pénétration des développements de briques technologiques par et pour les acteurs des industries culturelles et créatives, il a fallu se tourner vers les rapports officiels et les lois de finances portant sur le crédit impôt recherche et ses différentes réformes. Lors de la réforme du CIR de 2008, plusieurs députés ont notamment évoqué le manque de clarté des catégories d'activités telles qu'elles ont été pensées dans l'outil statistique permettant de comptabiliser les bénéficiaires du dispositif :

> *« L'outil statistique reste perfectible : la montée en puissance de la catégorie des « autres services » appelle des distinctions plus fines. Selon les éléments qui m'ont été transmis, on trouve principalement des sociétés d'ingénierie, des cabinets d'architecture ou de création de logiciels.*[605] *»*

On peut formuler l'hypothèse selon laquelle, au sein des catégories éligibles au dispositif telles que la « *création de logiciels* », puissent être répertoriées des entreprises des industries créatives agissant dans le développement d'algorithmes, de sites internet et d'applications mobiles. Cependant, une des critiques principales concerne le dévoiement du dispositif et de la définition de la R&D et de l'innovation au profit d'autres objectifs stratégiques :

> *« le crédit d'impôt recherche ne doit pas être dévoyé et doit rester conforme à sa vocation première, qui est de financer des projets de R&D stricto sensu, c'est-à-dire réellement novateurs. Le manuel de Frascati, ouvrage de méthodologie statistique publié par l'OCDE, constitue, de ce point de vue, une référence très utile.*[606] *»*

Qu'importe leur activité, toutes les entreprises satisfaisant des cinq critères définis par le Manuel de Frascati et listés ci-dessous, sont éligibles au crédit impôt recherche et/ou innovation :

> « *Comporter un élément de nouveauté ; comporter un élément de créativité ; comporter un élément d'incertitude ; être systématique ; être transférable et/ou reproductible.* [607]»

De fait, ce sont ces critères qui permettent à des petites entreprises du numérique et de la création agissant dans les filières des ICC de prétendre à bénéficier du CIR, plutôt que d'autres dispositifs de soutien aux ICC moins avantageux. De plus, certains sénateurs prônent la nécessité d'offrir aux entreprises des ICC un *« environnement fiscal encourageant et stable.*[608] *»*. Cette idée est également partagée à l'échelle européenne. Dans le rapport intitulé « *Culture et fiscalité en Europe : de la cacophonie à l'harmonie conquérante* », il est souligné l'importance de la « *Création un régime fiscal de faveur pour les entreprises du secteur culturel pour soutenir la création et l'innovation* [609]». Il est donc question d'offrir un dispositif fiscal

---

[605] senat.fr/rap/r09-493/r09 493_mono.html#:~:text=En%20outre%2C%20le%20CIR%20a,%2C%20pour%20passer%20à%205%20%25. Consulté le 21/03/2022

[606] Ibid.

[607] Ibid.

[608] https://www.senat.fr/rap/a12-152-4-2/a12-152-4-22.html consulté le 21/03/2022

[609] https://www.pfi-culture.org/wp-content/uploads/sites/1052/2016/04/ey-culture-et-fiscalite-en-europe-vf.pdf Consulté le 21/03/2022

mieux adapté aux industries culturelles et créatives, au détriment d'un système de financement par subventions. Bouquillion (2012), souligne que les propositions d'auteurs auteurs néolibéraux comme Buchanan et Tullock sont reprises dans certains rapports officiels notamment européens, et prônent une adaptabilité au marché et une augmentation des dispositifs fiscaux au détriment du système de subventions.

> *« À cet égard, ils reprennent les propositions d'auteurs néolibéraux datant des années 1960 – et qui seront largement citées durant les années 1980 – appartenant au courant de l'analyse économique de la bureaucratie, qui envisageaient l'intervention publique comme une source d'inefficacité économique, mais aussi culturelle. (Les deux auteurs fondateurs de cette perspective sont James M. Buchanan et Gordon Tullock.) Toutefois, les auteurs des rapports officiels ne se contentent pas d'appeler à une réduction des subventions. De leur point de vue, l'enjeu principal de l'action publique est de « libérer » la créativité tant au sein des industries créatives qu'en direction du reste de l'économie. Pour ce faire, il convient de faciliter l'accès des acteurs des industries créatives aux dispositifs standard d'aide à l'industrie* [610] *»*

L'industrialisation gagne ainsi les dispositifs de soutien fiscaux de soutien aux secteurs dits « créatifs ». Sous l'impulsion des pouvoirs publics et de certains auteurs, l'évolution de la politique fiscale et du cadre réglementaire sont indissociables des enjeux de pénétration des NTIC au sein des filières culturelles. Le rôle des politiques publiques serait alors d'accompagner et de soutenir les acteurs nationaux dans leur transition numérique pensée à la fois comme une source d'émancipation, et comme un facteur d'incertitude et de fragilisation des filières :

> *« Les industries culturelles sont en effet envisagées telles des sources d'aliénation alors que le numérique et ses dispositifs seraient le vecteur d'une émancipation : il redonnerait le pouvoir aux individus contre les organisations économiques ou politiques.* [611] *»*

La thématique du numérique à l'échelle des pouvoirs publics à des racines très anciennes. Dès les années 1970, avec la télématique et la convergence, plusieurs mouvements sont à l'œuvre, et notamment la place grandissante des industries de la communication parfois au détriment des industries culturelles, ou certaines « *libéralisation sectorielles* [612] » notamment dans l'audiovisuel et les télécommunications. Lacroix et Tremblay (1994) soulignent les effets de la convergence numérique à une échelle politique et économique autour du discours sur les « *autoroutes de l'information* ». La convergence numérique n'a pas été abandonnée par les pouvoirs publics, elle a pris d'autres formes pour consacrer aujourd'hui les projets considérés comme créatifs, innovants ou de recherche et développement. Les politiques publiques et les dispositifs de soutien convergent vers le financement et l'accompagnement à l'innovation, notamment via le CIR :

---

[610] Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? « Dans : Philippe Bouquillion éd., Creative economy, creative industries : des notions à traduire (pp. 241-258). Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes. https://doi.org/10.3917/puv.bouq.2012.01.0241"

[611] Les Enjeux de l'information et de la communication | http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/ | n°17/3A, 2016

[612] Ibid.

> *« Avec un coût budgétaire de plus de 6 milliards d'euros par an, le crédit d'impôt recherche (CIR) représente à lui seul les trois cinquièmes de l'ensemble des soutiens publics à l'innovation en France* [613] *»*

Ce dispositif cristallise une grande partie de la stratégie des pouvoirs publics en ce qui concerne la création d'emplois, la croissance économique, la compétitivité nationale, les exportations et l'attractivité du territoire pour les investisseurs et les capitaux étrangers. Cette stratégie se déploie au sein des autres dispositifs publics, régionaux et nationaux. La priorité est le soutien à l'innovation et à la créativité pour lesquelles les modalités d'intervention s'apparentent à des stratégies industrielles. Malgré des résultats mitigés depuis sa mise en place en 1983 traduits par,

> *« Des effets positifs mais modérés sur les activités de R & D et d'innovation, et pas d'impact significatif sur la valeur ajoutée et sur l'investissement, à l'exception de l'investissement incorporel* [614]*»*

Le dispositif et la stratégie publique ne changent pas. Au sujet de la « *politique publique technologique* » de la France, Guellec (2002) souligne que :

> *« L'essentiel des crédits publics de recherche va vers d'autres domaines que la science pure, visant à satisfaire les besoins de la collectivité en matière de technologie. L'État dépense pour ses missions propres, défense (c'est, de loin, le plus gros poste), santé, prestige (course à la Lune), indépendance nationale (Plan calcul en France, énergie). En ce sens, la politique technologique est une composante de la politique plus large de souveraineté nationale. Pour l'industrie, qui réalise une petite partie de ces recherches (sous contrat avec l'État), on espère essentiellement des « retombées ». On parle bien, à cette époque, de « politique de recherche », pas encore de « politique d'innovation », laquelle est définie par des objectifs et des méthodes se référant au marché.*[615] *»*

Comme cela a précédemment été évoqué, les dispositifs fiscaux de financement de l'innovation et de la R&D n'avaient pas à leur création en 1984, nécessairement vocation à soutenir les petites entreprises des filières du numérique et de la création. Les réformes du CIR en 2004, puis en 2008 ainsi que l'augmentation des enveloppes allouées au dispositif fiscal ont permis aux petites entreprises du numérique et de la création engageant des dépenses de R&D d'être éligibles. Cette tendance a été confirmée par la mise en place du crédit impôt innovation et du statut JEI en 2004, permettant de *« favoriser la création de petites et moyennes entreprises effectuant des travaux de recherche* [616] *»*. Cependant, Bouquillion (2002) précise que plusieurs programmes d'action publique comme le programme d'action gouvernemental pour la société de l'information (PAGSI[617]) dès 1998, ou le dispositif pour la création artistique multimédia

---

[613] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf Consulté le 22/03/2022

[614] Ibid.

[615] Guellec, D. (2001), « Les politiques de soutien à l'innovation technologique à l'aune de la théorie économique. » Économie & prévision, 150-151, 95-105. https://doi.org/10.3917/ecop.150.0095 Consulté le 22/03/2022

[616] https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/la-jeune-entreprise-innovante-jei-46445#:~:text=Le%20statut%20de%20la%20jeune,effectuant%20des%20travaux%20de%20recherche.&text=3%20000%20entreprises%20b%C3%A9n%C3%A9ficient%20du,euros%20(source%20ACOSS%202014). Consulté le 08/02/2022

[617] https://www.bercynumerique.finances.gouv.fr/l-information-en-continu/du-pagsi-a-la-transformation-de-letat Consulté le 08/02/2022

(DICREAM) dès 2001 avaient, de manière désorganisée et inadaptée, déjà vocation à soutenir la transformation numérique de toutes les filières, y compris celles des ICC. Tout comme les programmes d'aides initiés par le CNC et l'IFCIC qui « *prolongent les actions « sectorielles » traditionnelles du ministère de la Culture*[618] » et concernent des « *domaines d'application des TIC, divers et sectoriels* », la quasi-totalité des dispositifs publics évoqués, poursuivent trois objectifs principaux :

> *« Aider l'édition multimédia, soutenir la création artistique et la production de contenus et, troisièmement, favoriser la recherche et l'innovation* [619] *»*

Pour Paquienséguy, les premiers mouvements de pénétration des NTIC et de développements numériques dans les filières des ICC ont été constatés dans les industries du « *multimédia* ». Les pratiques innovantes concernaient alors la multiplicité des supports de diffusion, la mise en réseau et l'accessibilité à de nouveaux publics amateurs et néophytes :

> *« Ces pratiques éditoriales couplant Multimédia et Internet seraient donc innovantes à la fois, parce qu'elles se montrent plus riches et plus complexes que celles qui s'étaient fixées sur un seul support ou média de référence, en réseaux elles sont déjà inscrites dans des processus de médiatisation ; parce qu'elles se veulent accessibles à tous, amateurs comme professionnels, assidus comme dilettantes, experts comme néophytes, par la double mise à disposition des outils de création et de diffusion et des contenus, souvent préexistants nous l'avons dit ; et parce qu'elles reposent sur des formes d'écriture numérique en conformité avec ces caractéristiques* [620]*»*

Du côté du financement des entreprises du numérique et de la création, deux conséquences majeures de la pénétration des NTIC à l'ensemble des filières peuvent être soulignées. Premièrement, du côté des acteurs financiers, une augmentation significative de la valeur des certaines petites entreprises du numérique et de la création. Il semble également que de plus en plus fréquemment pour estimer la valeur des entreprises, soient appliqués des méthodes de calcul et des indicateurs issues des critères de la sphère financière et bancaire.
Cependant, l'inadaptabilité de ces méthodes aux spécificités des filières étudiées a déjà été évoquée. Bouquillion et Le Corf (2010) soulignent le « *caractère incertain de la valorisation* » des entreprises ayant une activité dans les industries culturelles et créatives.

Ces évolutions des politiques de financement et des critères d'investissement renvoient à l'idée portée par certains auteurs néolibéraux selon laquelle, « *la créativité et l'innovation se diffusent dans tous les secteurs* », mais également au fait que de nombreux produits dans les économies contemporaines deviennent des produits dont la valeur serait moins « *fonctionnelle* » que « *symbolique ».*
Deuxièmement, du côté des acteurs publics adapter les dispositifs de soutien existants doivent

> « *Avant tout consister à offrir un cadre favorisant le développement des industries culturelles et créatives.* [621] »

---

[618] Ibid 280.
[619] Ibid 280.
[620] Paquienséguy, F. (2011), « Multimédia et web 2.0 : entre pratiques éditoriales et industries créatives. » Les Enjeux de l'information et de la communication, 12(2), 3-10. https://doi.org/10.3917/enic.hs03.0001
[621] Bouquillion, P., & Le Corf, J. B. (2010), « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens. » Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication, Paris.

L'élargissement des critères d'éligibilité du CIR en 2008, peut être perçu comme une adaptation des pouvoirs publics au caractère incertain des activités innovantes et créatives des petites entreprises des ICC. Cette hypothèse ne semble cependant pas correspondre à la stratégie des pouvoirs publics de financer l'innovation dans tous les secteurs d'activités. Ainsi, selon François Hollande, « *l'innovation est la clé de tout* [622]» et c'est dans cette perspective qu'il promettait, lors de son mandat présidentiel, de ne pas remettre en question le CIR sur la durée de son quinquennat. Il réitérait d'ailleurs cette volonté le 18 janvier 2016 :

> *« L'effort de recherche est essentiel et je confirme que le Crédit Impôt Recherche sera pérennisé dans ses formes actuelles, et que la recherche publique sera dotée de nouveaux moyens pour garder nos talents et en attirer d'autres venant de l'extérieur ».*

Bouquillion et Le Corf (2010) soulignent également que l'idée de biens dont la valeur serait essentiellement symbolique se diffuse dans les rapports officiels :

> « *Une citation du rapport italien est très explicite. Elle souligne que les biens dont la valeur est essentiellement symbolique peuvent être vendus à des prix relativement élevés, déconnectés des coûts de production, et qu'ils offrent une expérience unique au consommateur. Les firmes peuvent alors éviter une concurrence par les prix qui diminue leur marge, tandis que les produits sont supposés être moins substituables que des produits à valeur fonctionnelle* [623]»

Le développement de briques de recherche et les investissements importants réalisés par les petites entreprises du numérique et de la création pour mener des projets d'innovation participent de la valeur symbolique basée sur des actifs immatériels.

A l'instar de Plihon, plusieurs acteurs, politiques, experts voire chercheurs dénoncent les « nombreuses dérives » et les « fraudes » liées au dispositif fiscal de soutien à la R&D. Les principales critiques formulées à l'égard du dispositif concernent :

- Le rôle des chercheurs et le statut même de la R&D qui auraient pour unique vocation de permettre aux entreprises de récupérer de l'argent public : *« avec cette nécessité de récupérer de l'argent, les chercheurs deviennent des chargés d'affaires* [624] *».*
- Le fait que le CIR, malgré sa sacralisation, ne participe pas suffisamment à la compétitivité et à la croissance économique mais est pour seul objectif d'attirer des investisseurs étrangers intéressés par une politique fiscale avantageuse : *« Les gouvernements successifs pensent que les investisseurs internationaux viendront en France s'ils savent que les conditions fiscales sont favorables. On dit souvent que le niveau d'imposition en France est important mais on dit "attention, il y a des niches*

[622] https://www.franceinter.fr/sciences/credit-impot-recherche-une-niche-fiscale-hors-de-controle Consulté le 20/09/2021
[623] Ibid.
[624] https://www.franceinter.fr/sciences/credit-impot-recherche-une-niche-fiscale-hors-de-controle Consulté le 18/03/2022

fiscales importantes". Mais ces aides n'ont pas un impact significatif et démontré sur la compétitivité par rapport à la concurrence étrangère.[625] »

- Le manque de contrôles et de transparence du dispositif : *« Les services de l'Etat doivent se donner les moyens de lutter plus efficacement contre la fraude en matière de CIR. L'existence d'un remboursement anticipé du crédit d'impôt crée le risque que des sociétés éphémères se constituent uniquement pour bénéficier du CIR »*
- Le fait que, selon Plihon, les critères d'éligibilité au dispositif ne soient pas toujours respectés et que les dépenses prises en compte dans l'assiette de remboursement concernent des investissements en commerce et administratif : *« Je crois que 40% des dépenses déclarées par les entreprises pour être exonérées et profiter du CIR n'ont pas de rapport direct avec la recherche et le développement. Ce sont plutôt des dépenses commerciales et administratives* [626]»

Une des propositions émises par le député sénateur Berson (2012), concerne l'exclusion : *« Du bénéfice du CIR les dépenses de R&D réalisées à des fins d'intervention sur les marchés financiers* [627] *»*. Cette dernière proposition concerne la financiarisation de l'économie favorisée par le financement public de l'innovation et de la R&D. Ces différentes voix qui soulignent les dérives du CIR concernent cependant des entreprises de grandes voire de très grandes tailles qui bénéficient d'une part importante de l'enveloppe allouée à la recherche. Du côté des petites entreprises, - notamment celles du numérique et de la création qui ont ici été étudiées-, les différents rapports consultés semblent davantage plébisciter les effets du CIR sur la trajectoire des petites entreprises. Pour certains auteurs, le dispositif apparaît comme une réponse crédible aux difficultés rencontrées par les TPE et PME à se financer dans les circuits classiques et confirment ainsi les résultats de mon enquête :

« Notre échantillon présente l'intérêt de comprendre un grand nombre d'entreprises non cotées et de petites et moyennes entreprises (PME), pour lesquelles l'endettement représente souvent la seule source de financement externe. En effet, leur accès aux marchés financiers est très limité et le financement par capital risque demeure largement insuffisant en France.[628] »

Résultat également confirmés par la CNEPI :

« Les résultats mettent en évidence que l'essentiel des impacts positifs sont identifiés pour les petites et moyennes entreprises (micro et PME) [629]»

L'OCDE souligne, quant à elle, l'efficacité du dispositif qui favorise les investissements en matière de R&D de la part des petites entreprises. Les PME et les grandes structures n'utilisent, elles, pas la créance à bon escient :

---

[625] https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-enquete-de-secrets-d-info/credit-impot-recherche-petit-paradis-fiscal-francais-8616660 Consulté le 18/03/2022

[626] Ibid.

[627] Ibid 475.

[628] Belin, J., Cavaco, S. & Guille, M. (2011), « Structure financière et dépenses de R&D. Économie & prévision » 197-198, 129-143. https://doi.org/10.3917/ecop.197.0129

[629] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf Consulté le 18/03/2022

« l'impact des incitations fiscales en faveur de la R-D serait inversement proportionnel à la taille des entreprises. Pour chaque euro d'aide fiscale reçue, les petites entreprises (moins de 50 salariés) investissent plus de 1,4 euro dans la R-D, les moyennes entreprises (50-249 salariés) 1 euro et les grandes entreprises (250 salariés ou plus) seulement 0,4 euro.)[630] *».*

Dès lors, il semble que les politiques de soutien à la R&D et à l'innovation participent de l'industrialisation des secteurs du numérique et de la création et du rapprochement entre les filières des industries culturelles et de la communication. Les avantages fiscaux participent largement de la pénétration des enjeux liés au renouvellement technologique permanent et soutiennent les investissements en R&D, y compris au sein des petites entreprises du numérique et de la création. En faisant de l'innovation la clé de voûte de la croissance économique et de la compétitivité, les politiques publiques participent de l'insertion des entreprises éligibles au CIR dans des logiques de marché. Les activités et le recrutement encouragent les activités liées aux NTIC au détriment des activités culturelles, moins rémunérateurs et moins valorisés par les pouvoirs publics. Du côté des autres guichets de financement public, malgré une grande diversité d'acteurs et de dispositifs, il existe une concentration des critères sur l'innovation et la croissance économique. Cette logique sous-tend une forte stratification des dispositifs de financement. Ainsi, les crédits d'impôts s'adressent à toutes les structures avec des critères d'éligibilité flexibles, la majorité des dispositifs mis en place par la banque publique d'investissement concernent des entreprises en « bonne santé financière » ayant déjà prouvé leur capacité à se développer à l'international et à générer des revenus, les dispositifs européens s'adressent à des entreprises en pleine croissance avec une forte internationalisation, les fonds d'investissement en capital risque s'intéressent quant à eux aux entreprises avec une forte valorisation, et un rendement important avec un risque faible et de fait, un retour sur investissement rapide et important, les acteurs industriels achètent des petites entreprises pour réaliser un « coup financier », étouffer la concurrence, ou s'accaparer une technologie mature pouvant créer des synergies avec les activités du groupe. En lien avec leurs spécificités et leurs difficultés pour se financer dans les circuits bancaires et d'investissement, les petites entreprises du numérique et de la création mettent en place des dispositifs technologiques et investissent en vue de répondre aux critères d'éligibilité du CIR.

[630] https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf
Consulté le 18/03/2022

CHAPITRE 2 : Un système de financement qui déplace la valeur des petites entreprises vers l'extérieur des filières

Une des conséquences principales des stratégies des pouvoirs publics en faveur de l'innovation de la R&D étendue à l'ensemble des secteurs d'activité est le déplacement de la valeur des industries culturelles et créatives vers l'extérieur des filières. Des dimensions idéologiques et symboliques peuvent être attribuées aux projets d'innovation menés par les petites entreprises du numérique et de la création :

> *« Par « biens symboliques », nous désignons la catégorie de biens que leur dimension symbolique fait (ou aide à faire) échapper dans une certaine mesure à la concurrence par les prix et aux facteurs habituels de fixation de la valeur. En deuxième lieu, la notion de biens symboliques nous paraît utile pour caractériser la complémentarité de deux processus inversés : d'une part, l'industrialisation (serait-elle partielle) de pans entiers d'activités artisanales et artistiques ; d'autre part, la culturisation (par la grâce du design) de certains secteurs de la production de biens ordinaires de consommation (alimentation, automobile, informatique et électronique grand public, etc.). En troisième et dernier lieu, la référence à la notion de biens symboliques nous semble être un bon point de départ pour élaborer une grille de lecture des mécanismes de financiarisation et de spéculation, en amont, et d'intermédiation et de courtage informationnel, en aval.* [631]*»*

En questionnant la valeur des petites entreprises agissant dans les secteurs du numérique et de la création, je m'intéresse à la valeur symbolique de l'innovation et de la R&D. D'un côté, des grandes entreprises internationale acquièrent des positions dominantes grâce notamment à des stratégies et des positionnements d'entreprises innovantes :

> *« Les innovations portées par ces acteurs relèvent pour l'essentiel de stratégies et positionnements socio-économiques et même socioculturels. Il s'agit notamment d'acquérir une position dominante dans un marché segmenté par les stratégies des acteurs et offrants des taux de marge élevés. L'acquisition et le développement permanent d'une dimension de bien symbolique de leurs offres constituent la pierre angulaire de ces stratégies* [632]*.»*

Et, d'un autre côté, au sein des entreprises de petite et moyenne taille (moins de 250 salariés), les innovations relèvent de stratégies de spécialisation dans la filière, en vue à la fois de se démarquer de la concurrence, de « survivre » dans des filières parfois très concurrentielles et dont les directions technologiques sont imposées par les acteurs industriels, mais également en vue d'obtenir des financements publics, tels que le CIR.
Les résultats de mon étude de terrain ont mis en exergue des tensions liées au décalage entre « *la valorisation et la valeur réelle* [633]» des petites entreprises du numérique et de la création aidées dans le cadre de dispositif de soutien à la R&D.

---

[631] https://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/industrialisation-des-biens-symboliques-entretien-auteurs/ Consulté le 20/09/2021
[632] Ibid.
[633] Perrin B. (2016), Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, « *La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles* » (page 175)

La valorisation des petites entreprises du numérique et de la création : des bouleversements importants au sein des filières des ICC ?

Afin de comprendre ce qui se jouait au niveau de la valeur des activités des petites entreprises j'ai étudié plusieurs opérations de levées de fonds dans les secteurs du numérique et de la création. Un tel travail avait déjà été mené par Bouquillion (2013), au sujet des entreprises du web collaboratif, et notamment de *YouTube* dont *Google* a fait l'acquisition en 2006 pour 1.65 milliards de dollars :

> *« Du point de vue de la financiarisation, cette opération est emblématique car elle montre combien, grâce au soutien des acteurs de la sphère financière, de la « valeur » a été créée sans que ces entreprises, ici You Tube, aient atteint le stade de la rentabilité.*[634] *»*

L'autre opération mettant en avant des « *enjeux financiers de court terme* » avec « *des enjeux industriels de moyen ou de long terme* [635]» concerne *News Corportation* qui fait l'acquisition du réseau social *Myspace* pour 580 millions de dollars. Cette opération semble présenter plusieurs avantages financiers pour l'acquéreur et questionne la méthode d'évaluation des entreprises des industries communicationnelles et culturelles.
Du côté de mon terrain de recherche, plusieurs cas ont été évoqués dans la partie 2 pour tenter de comprendre les stratégies mises en place par les fondateurs, mais également par les industriels et acteurs financiers. Entre la fin d'année 2021 et le début de l'année 2022, plusieurs levées de fonds réalisées par des entreprises des ICC ont atteint des records. Ces différentes levées record ne concernent qu'une seule entreprise de mon panel, *M*irakl, dont la trajectoire et l'opération de croissance ont précédemment été étudiées et sur laquelle nous allons revenir ici tant les montants sont importants et inédits pour une entreprise française des industries de la communication.
Créée en 2019, la société Sorare a quant à elle, réalisé quatre levées de fonds en un peu plus de deux ans, dont la dernière de 580 millions d'euros en septembre 2021 auprès des fonds Benchmark, Accel et Softbank. Lors de cette levée record la société qui agit dans le divertissement sportif NFT [636] employait seulement une petite trentaine de salariés. Le site d'enchères de cartes virtuelles sous la forme d'actifs numériques a été développé par deux co-fondateurs, diplômés de commerce à l'EM Lyon et d'ingénierie à Télécom Sud Paris :

> *« La société met aux enchères des cartes virtuelles de joueurs de football sous la forme de NFT, des actifs numériques garantis comme uniques et réputés infalsifiables car inscrits dans la blockchain. Elle se rémunère par la vente de ces cartes, dont 5% à 15%*

[634] Bouquillion, P. (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles. » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, 3(14), 55-67.
[635] Ibid.
[636] NFT signifie "Non fungible token", soit "Jeton non fongible (non interchangeable avec un autre même type de jeton)". Le principe des "jetons" est lié à celui des blockchains, des protocoles informatiques décentralisés permettant de chiffrer et sécuriser des transactions financières à travers le réseau Internet (https://information.tv5monde.com/info/que-sont-les-nft-ces-certificats-numeriques-qui-peuvent-valoir-une-fortune-432946)

sont reversés aux 200 clubs de football partenaires. Les cartes existent entre 1 et 1000 exemplaires.[637] »

Avec cette nouvelle levée de fonds, la société non cotée en bourse est valorisée à 4,3 milliards de dollars. Cette opération traduit la valeur sans précédent des acteurs des industries de la communication dont les valorisations boursières sont parmi les plus importantes.
Deux autres opérations significatives des tendances à l'œuvre dans les industries de la communication sont les levées de fonds de Mirakl, dont la trajectoire a déjà été évoquée dans cette thèse. Cette société qui propose une plateforme sous forme de logicielle et permet aux distributeurs, e-commerçants et acteurs média de créer leur propre marketplace a levé 555 millions de dollars en septembre 2021. La dernière opération ne concerne pas une entreprise de mon panel mais qui agit dans le développement de jeux vidéo, Voodoo qui a levé 266 millions d'euros en août 2021.
Pour compléter mes lectures sur le sujet, j'ai posé la question de la valorisation et des méthodes de calcul de la valeur des petites entreprises à plusieurs investisseurs. Un des responsables de fonds en « Corporate Venture » interrogé en mai 2021, dont l'entretien complet est consultable en annexe de ce manuscrit, apportait un éclairage en ce qui concerne les stratégies de valorisation des fondateurs, et la définition de la valeur de la jeune entreprise par des mécanismes financiers :

« Il y a des approches de valorisation qui sont répandues où on va par exemple, selon les secteurs d'activité ou les business model, on peut appliquer certains multiples aux revenus de l'entreprise. Par exemple les revenus récurrents sur les business model par abonnement (l'ARR : le revenu récurrent annuel ou le MRR : revenu récurrent mensuel) ; selon le secteur d'activité il va y avoir des multiples d'ARR ou MRR qui sont assez market practices et permettent d'avoir une fourchette pour estimer ce que l'on va considérer comme un prix raisonnable pour valoriser l'entreprise. Tu vas aussi regarder les valos des sociétés concurrentes. Un concurrent qui a levé a peu près autant sur un niveau de maturité équivalent, tu vas dire que du coup que cela semble être un bon benchmark avec un prix juste. A l'inverse si tu as un concurrent qui a levé deux fois plus à un niveau de maturité équivalent, il faut probablement revoir son offre sur la start up en question. C'est une approche par multiple de certains agrégats financiers en comparaison avec d'autres levées de fonds. [638]»

Le responsable d'un autre fonds en CVC précise les enjeux de la valorisation commerciale du projet de R&D :

« Le deuxième enjeu, c'est la proposition de valeur et en quoi elle répond à ce qu'on appelle le (tape point ?), c'est-à-dire une opportunité de marché. Parce que le marché évolue d'une façon, dans un sens. Est-ce que toi, tu proposes va me permettre de saisir une opportunité à un moment donné ? Et surtout en quoi cette proposition de valeur est différenciante par rapport aux différents acteurs qui se sont déjà positionnés sur le marché ? En quoi tu vas, tu vas pouvoir, tu vas pouvoir prétendre à créer de la valeur et à faire du chiffre. Donc ça c'est numéro 2, Je dirais que c'est l'adéquation entre la proposition de valeur et les opportunités de marché.

[637] https://www.usine-digitale.fr/article/comment-sorare-a-decroche-le-record-de-la-plus-grosse-levee-de-fonds-de-la-french-tech.N1151002 consulté le 22/03/2022
[638] La retranscription complète de cet entretien se trouve en annexe du manuscrit.

Et puis, après, et surtout, surtout, le reste des classiques du capital investissement. Pour les start up, ça marche moins bien, mais toutes nos boîtes en développement et en transmission tu as tous les enjeux financiers de l'analyse des comptes historiques. [639]»

Les interrogés m'ont confirmé qu'un des éléments majeurs permettant de rassurer les investisseurs est la présence d'autres investisseurs ayant déjà investi ou manifesté leur intérêt pour l'entreprise. Au-delà des différentes méthodes de calcul de la valeur évoquées précédemment (patrimoniale, rentabilité, comparative, cashflow), la concentration des investisseurs sur une même opération est un critère non mathématique mais qui agit fortement dans l'attractivité de l'entreprise.
Un des responsables d'investissement interrogés a souligné cette tendance :

« Généralement sur les entreprises les plus courtisées par les investisseurs ce sont les investisseurs par leur appétit qui vont faire la valorisation. Généralement sur une levée de fonds, quel que soit le montant, les fondateurs sont prêts à être dilués entre 20 et 35%. Je parle ici du pourcentage de capital qui va être souscrit par les investisseurs qui arrivent. Si la société lève, mettons, 2 millions d'euros et les dirigeants sont prêts à se diluer de 25% moyennant ces 2 millions d'euros, ça veut dire qu'une fois que les investisseurs auront investi 2 millions, la société vaudra 8 millions. Avant la levée, l'entreprise vaut donc 6 millions. [640]»

Dans le cas des industries créatives, certains investisseurs, voire chercheurs, tels qu' O'Connor (2009) soulignent que la valorisation est d'autant plus complexe à réaliser que les entreprises :

« ne produisent pas des biens dont la valeur d'usage serait connue et appréhendable selon les processus à l'œuvre pour les autres biens mais elles produisent de la « nouveauté », des biens dont la valeur est incertaine et qui, en fait, est fixée par le réseau social dans lequel ces biens particuliers, créatifs, circulent et « fertilisent » l'ensemble de l'économie et de la société [641]»

Si la rentabilité de l'investissement n'est jamais garantie, cela est accentué dans les industries créatives dont l'activité est considérée comme très incertaine et largement exposée au risque par les acteurs financiers et bancaires. Ainsi, la difficulté de l'évaluation est, selon les intéressés, décuplée dès lors qu'il s'agit de petites entreprises agissant dans le développement de nouvelles technologies et dans la création. Dans ces cas, les acteurs financiers auraient alors recours à une :

« Démarche multi méthodes afin d'avoir une meilleure compréhension des déterminants clés de la valeur [642]».

Les facteurs déterminants et, de fait, discriminants, concernent plusieurs critères socio-économiques qui participent de la définition des sept trajectoires de croissance évoquées dans la première partie de cette thèse :

[639] La retranscription complète de cet entretien se trouve en annexe du manuscrit.
[640] Ibid.
[641] https://journals.openedition.org/ticetsociete/876 consulté le 22/03/2022
[642] Mchawrab S., Albouy M. , Marine K., Dubreuille S., (2015), « Les dessous de l'évaluation des entreprises high tech »

- Les caractéristiques des fondateurs et/ou les co-fondateurs : leurs expériences entrepreneuriales antérieures, les diplômes obtenus, les écoles/ universités côtoyées, les synergies entre les différents entrepreneurs, etc. ;
- Les équipes de R&D : la présence ou non de jeunes docteurs, de doctorants, et de chercheurs au sens du CIR ;
- Le territoire d'implantation de l'entreprise et la possibilité ou non de bénéficier d'avantages économiques, fiscaux, sociaux, culturels, ou politiques liés à cette implantation ;
- Ceux que les investisseurs nomment « *la traction commerciale* [643] » et qui correspond aux « *nouveaux clients qui ont signé, l'évolution du panier moyen, combien ça leur coûte d'acquérir un client, et en parallèle combien il va rapporter sur sa durée de vie* [644] » ;
- Dans le cas d'un fonds en CVC, la possibilité de créer des synergies avec les activités de l'industriel ;
- Du point de vue de la technologie, les investisseurs analysent également : *« les barrières à l'entrée technologiques bâties par la start-up sur son marché. On peut faire des audits en interne avec un expert qui pourrait nous accorder du temps, ou avec une boîte externe qui pourrait nous conseiller et nous faire une recommandation sur les barrières à l'entrée technologique, et les facteurs clés de la solution par rapport à certains concurrents notamment.* [645] »
- Le niveau des fonds propres est également pris en considération dans l'analyse financière et comptable car il permet de réaliser des effets de levier et d'appréhender la capacité de développement d'une jeune entreprise. Ce sont les fonds propres qui permettent à l'entreprise de s'endetter, d'assumer les investissements liés au développement de nouveaux produits ou services et surtout, qui participent à la valorisation de l'entreprise.

Du côté des fonds d'investissements en venture capital, plusieurs responsables interrogés nous ont affirmé qu'à l'échelle de la stratégie générale du fonds, la gestion de la rentabilité était extrêmement incertaine malgré l'étude approfondie des différents critères d'investissement listés ci-dessus :

> *« Le Venture quand tu investis en SEED ou en SERIE A, tout le monde te raconte ses succès, mais en vrai il y a du plantage. Grosso modo, quand tu investis dans 10 boîtes en SERIE A, t'en as 3, allez 4 qui vont survivre, 2 qui vont sous performer violemment, 1 qui va performer à peu près dans tes attentes et 1 qui va normalement tout exploser, et te permettre de gérer ta rentabilité globale.* [646]»

Les différentes opérations de levées de fonds étudiées dans cette recherche doctorale montrent que les investisseurs français et étrangers sont attirés par les activités des petites entreprises du numérique et de la création. Un des enjeux principaux des politiques publiques, et notamment du crédit d'impôt recherche, est d'attirer ces investisseurs. Le 10/01/2022, Bruno Le Maire

[643] La traction commerciale est la dynamique de croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise
[644] La retranscription complète de cet entretien se trouve en annexe du manuscrit.
[645] Ibid 529.
[646] Ibid 529.

(ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance de la France) se félicitait de l'efficacité des politiques publiques en place et notamment des dispositifs fiscaux tels que le CIR :

> « *Depuis 2017, plus de 5 300 investissements et plus de 140 000 emplois créés ou maintenus. En 2022, 21 nouveaux projets pour un montant de 4 milliards € créeront plus de 13 000 emplois* [647] »

Du côté des petites entreprises de mon panel, elles ont levée des fonds auprès de 39 acteurs financiers différents. 29 d'entre eux sont français, dont 20 sont des fonds d'investissements, 7 des acteurs industriels via des CVC, 2 sont des acteurs publics ou semi-publics. Parmi les 10 fonds étrangers, un vient d'Arabie Saoudite, un du Liban, un de Hollande, un de Grande Bretagne, et 6 des États-Unis. La quasi-totalité des fonds d'investissements, y compris ceux en CVC, interviennent à différents stades de développement des petites entreprises, avec des fourchettes d'investissements relativement larges, de quelques dizaines de milliers d'euros pour les plus basses, à plusieurs centaines de millions d'euros (600 millions) pour les plus hautes. L'importante offre de montants et d'entreprises potentiellement éligibles permet aux acteurs de la sphère financière d'intervenir sur plusieurs « tours » d'investissement en adossant le montant de leur prise de participation à celle de nouveaux entrants dans le capital, et ce même en cas de valorisation très, voire trop élevées. Cette tendance a été confirmée par un des responsables de fonds interrogés :

> *« Quand le positionnement du fonds a été revu à partir de 2019-2020, et qu'on a décidé de repositionner le curseur sur des levées de fonds un peu plus avancées au niveau de la maturité de la boîte, on fait beaucoup de séries A, séries B, et un petit peu moins d'amorçage, du coup sur une levée en Série A qui va faire 3-4 millions ou une série B qui va faire 7-10 millions, on n'investit pas la totalité du tour de table mais on est souvent en lead. On met un ticket significatif, et c'est nous qui sommes en front pour négocier les conditions financières et juridiques de l'opération, mais on s'entoure de co-investisseurs la plupart du temps. Sur des tours de seed, quand la société est encore assez peu mature et qu'elle lève 1 ou 2 millions d'euros, ça peut nous arriver de prendre l'ensemble du tour de table et d'être du coup le seul investisseur financier sur cette levée. Mais ce n'est pas la majorité des cas.* [648]»

Les différentes entrevues menées en avril et mai 2021 avec des acteurs de la sphère financière ont mis en avant des enjeux liés aux spécificités de la valorisation des petites entreprises du numérique et de la création. Ces entretiens ont également révélé des enjeux de concurrence très forte entre les acteurs du financement eux-mêmes. Si les petites entreprises sont dans une démarche de convaincre pour lever des fonds, les fonds sont également en concurrence et doivent « séduire » les fondateurs d'entreprises afin d'entrer au capital des sociétés. L'extrait d'entretien suivant confirme cette tendance qui m'était totalement inconnue :

> *« Généralement sur les entreprises les plus courtisées par les investisseurs c'est les investisseurs par leur appétit qui vont faire la valorisation. Généralement sur une levée de fonds, quel que soit le montant, les fondateurs sont prêts à être dilués entre 20 et 35%. Je parle ici du pourcentage de capital qui va être souscrit par les investisseurs qui arrivent. Si la société lève, mettons, 2 millions d'euros et les dirigeants sont prêts à*

[647] https://twitter.com/BrunoLeMaire/status/1483009936208637953?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1483009936208637953%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.gouvernement.fr%2Factualite%2Fles-investisseurs-etrangers-attires-par-la-france Consulté le 22/03/2022

[648] Ibid 529

se diluer de 25% moyennant ces 2 millions d'euros, ça veut dire qu'une fois que les investisseurs auront investi 2 millions, la société vaudra 8 millions. Avant la levée, l'entreprise vaut donc 6 millions. Généralement les entrepreneurs réfléchissent comme ça. Ils sont conscients du sacrifice financier que cela représente pour eux de lancer une boîte, un entrepreneur ne va pas avoir envie de cranter une petite valo sur son tour de table donc il va chercher à lever un montant qui sera suffisant pour qu'en faisant le rétro calcul, il obtienne une valo pré ou post monnaie qui soit quand même intéressante en affichage, qui lui convient, et lui permette de se projeter. Qu'il puisse se dire "j'ai ouvert mon capital à des investisseurs, qui maintenant détiennent 25%, ils ont mis 2 millions d'euros, ça veut dire que post investissement, la boîte vaut 8". C'est gratifiant pour lui, il se dit que maintenant qu'elle vaut 8, quand il va relever des fonds dans 24 mois, elle vaudra peut-être 30.[649] »

Dans les secteurs du numérique et de la création, la première ouverture de capital à des investisseurs engage souvent les fondateurs dans une démarche de levées de fonds successives. La levée de fonds devient la modalité de financement la plus structurante de la trajectoire de la petite entreprise. Comme cela a été expliqué page 57, un mécanisme permet de comptabiliser les investissements en R&D en faveur de l'amélioration du bilan de l'entreprise en vue de rassurer les investisseurs. Ces derniers peuvent jouer un rôle central dans la structuration des effectifs et dans la stratégie globale de l'entreprise. Dans plusieurs cas étudiés, la relation entre les fondateurs et les investisseurs s'est fortement ternie après la levée de fonds. Des divergences de vision stratégique ont pu même conduire à la liquidation de la société quelques mois/années après la levée de fonds. Cela est le cas des entreprises de la seconde trajectoire, qui ont connu une ou plusieurs levées de fonds et suite à ces levées, de gros investissements en recherche et développement/ innovation ont été réalisés (embauches d'ingénieurs ou budget alloué à la recherche augmenté). Néanmoins, les investisseurs non pas souhaité prendre part à un second tour de table, précipitant la fin des investissements en R&D ou des conflits entre les actionnaires et les fondateurs, et suite à cela, la mort de l'entreprise. Les six entreprises qui composent cette trajectoire agissent dans des activités variées des ICC, du développement d'applications mobiles dédiées aux artistes/ promotion-marketing artistes, à une plateforme de création collaborative de vidéos de concerts, un site d'échange d'informations, une plateforme de montage de vidéos, un éditeur de jeux vidéo, et un développeur de sites internet.
La quatrième trajectoire issue des résultats de mon étude de terrain concerne des petites entreprises qui ont levé des fonds avant de se revendre à un industriel. L'ouverture du capital à des investisseurs apparaît alors comme un élément rassurant pour les industriels avant de racheter la totalité des parts aux fondateurs et aux fonds d'investissement. Cela est le cas de cinq petites ou moyennes entreprises qui agissent également dans des secteurs d'activité divers :

- Une plateforme de vente de téléphones et abonnements téléphoniques - revendue à Cdiscount,
- Un éditeur de solutions d'intelligence artificielle, expert en e-commerce qui s'est vendu à Capgemini,
- Une application de streaming musical - revendue à Orange,
- Un éditeur de solutions E-Learning/ Formations dématérialisées – acheté par Manpower,
- Et une maison d'édition qui a été achetée par Edilivre/ Aparis.

[649] Ibid 529.

Ces différentes trajectoires soulignent le rôle structurant de la levée de fonds dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. Le financement par levée de fonds est également une source importante de risque et d'incertitude, notamment dans le cas de petites entreprises qui ouvrent leur capital quelques mois après la création de la société. L'arrivée de nouveaux actionnaires peut engendrer une modification de la stratégie de l'entreprise, des investissements plus ou moins importants dans la R&D, l'embauche de nouveaux salariés ou la suppression de certains postes. Ces éléments socio-économiques majeurs jouent un rôle dans la trajectoire de l'entreprise et, au même titre que l'auto-financement ou le financement par crédit d'impôt recherche, font partie de la stratégie des fondateurs.

La financiarisation des petites entreprises du numérique et de la création

L'étude des modalités de financement des petites entreprises, ainsi que des stratégies mises en place par les pouvoirs publics en vue de soutenir l'innovation, la R&D, et la créativité permettent d'appréhender le rôle de la sphère financière dans les filières du numérique et de la création. Pour Pradié, le processus de financiarisation repose, dès 1830, sur une évolution des « *règles d'organisation propres au capitalisme* » lié à l'introduction de capitaux issus des marchés financiers. L'auteur prend l'exemple d'une entreprise du secteur de l'édition dont l'évolution de l'activité et de la structure,

> « *Ne se fait pas en lien avec l'évolution technologique des procédés de fabrication ou de transport. Ce qui apparaît plutôt en jeu est une dynamique propre à la logique des inventions en matière d'économie financière, inventions qui portent sur le statut juridique de la firme, qui viennent à transformer sa gestion et qui s'inscrivent dans le cours d'une évolution des marchés marquée plutôt par une course à la concurrence*. [650]»

De son côté, Bouquillion (2012), définit la financiarisation comme :

> «*le développement de l'actionnariat financier, notamment transnational. La financiarisation constitue donc un moteur important de la concentration industrielle en particulier par son concours central au financement des stratégies d'acquisition des groupes* [651]»

Au travers de l'analyse de la constitution des pôles industriels au sein des industries communicationnelles ou de la réalisation de « coups financiers », la question de la financiarisation a déjà été illustrée et bien sourcée. Cependant, les auteurs en SIC ne se sont pas ou peu intéressés au développement de l'actionnariat financier au sein des entreprises de petite voire de très petite taille des secteurs du numérique et de la création. Or, plusieurs opérations décrites dans cette recherche doctorale confirment l'intêret des acteurs financieurs et industriels pour de petits acteurs agissant dans les industries culturelles et communicationnelles.
Cela est notamment le cas du groupe La Poste qui, à travers son entité Mediapost, a réalisé une prise de participation majoritaire au sein de la société Marketshot, tout en laissant les fondateurs à la tête de l'entreprise fraichement acquise [652]. Cette opération correspond à une stratégie de

[650] https://www.acrimed.org/La-financiarisation-des-industries-culturelles-un-peu-d-histoire Consulté le 24/06/2021
[651] Bouquillion P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », Revue française des sciences de l'information et de la communication
[652] https://www.offremedia.com/mediapost-communication-prend-le-controle-de-marketshot Consulté le 24/06/2021

constitution/ de renforcement d'un grand groupe des industries communicationnelles. Les motivations sont certes financières, mais concernent également le développement de synergies et de nouvelles technologies au sein du groupe. D'autres coups exposés dans cette thèse ont été réalisés par des industriels sur « *la base de motivations essentiellement financières* [653]». Cela est notamment le cas d'Access Industries (société américaine d'investissement fondée par Leonard Blavatnik – propriétaire de Warner Music Group) devenu actionnaire majoritaire de Deezer en 2016. L'hypothèse d'une stratégie fondée sur le renforcement du pôle industriel du groupe russo-américaine déjà présent dans la filière de la musique peut être formulée et semble correspondre à l'opération tant la valeur de Deezer a augmenté. A l'heure où ces lignes sont rédigées, la société française créée en 2007 prépare son entrée en bourse prévue le 5 juillet 2022. Cependant, la plateforme de streaming musical, malgré sa valorisation estimée à 1 milliard d'euros, est toujours exposée au risque et à l'incertitude liés à d'importantes pertes comptables et à une absence de rentabilité depuis sa création.

> *« Deezer doit ajouter à cela une santé économique difficile. Ses pertes s'élevaient à 123 millions d'euros l'année dernière, pour un chiffre d'affaires de 400 millions d'euros. Deezer n'est jamais allé au-delà des 10 millions d'abonnés dans le monde, et 5 millions en France* [654] *»*

De plus, Deezer, en 2015, a connu un premier échec de son introduction en bourse, évoquant des conditions de marché peu favorables. Cependant, les experts en finance de marché considéraient que cet échec est davantage le fruit d'une concurrence trop déséquilibrée avec Apple Music l'année de la première tentative d'introduction, ou encore une valorisation trop élevée par rapport à la valeur réelle de la société.

> *« L'échec de l'opération pourrait s'expliquer entre autres par une valorisation ambitieuse. En milieu de fourchette indicative, Deezer était évalué 3,6 fois le chiffre d'affaires attendu pour 2015 (192 millions d'euros) déduction faite de la trésorerie nette (environ 350 millions d'euros, suite à la levée de fonds en cours). Nous soulignions le 15 octobre que ce ratio était relativement élevé, pour une société déficitaire et qui pourrait peiner à atteindre son objectif de croissance à 3 ans, compte tenu d'une concurrence redoutable.*[655] *»*

Une autre opération, concernant une société de mon panel dans la valeur atteint 3,5 milliards de dollars, Mirakl, est symptomatique de la pénétration des logiques financières au sein de petites entreprises du numérique françaises. Cet éditeur de logiciels fondé en 2012 a réalisé une levée de fonds record de 555 millions de dollars en 2021 auprès de Silver Lake (société de capital investissement américaine), après avoir déjà réalisé une levée de 300 millions de dollars une année auparavant :

> *« Mirakl, le leader mondial des solutions logicielles de marketplace, annonce aujourd'hui une levée de fonds en série E de 555 millions de dollars dans un tour de table mené par Silver Lake, avec la participation d'investisseurs historiques: 83North, Elaia Partners, Felix Capital et Permira. Ce tour de table sans précédent valorise*

---

[653] Bouquillion, P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication: Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles »

[654] https://www.presse-citron.net/deezer-en-bourse-ca-passe-ou-ca-casse/ consulté le 21/06/2022

[655] https://www.capital.fr/entreprises-marches/echec-du-projet-d-introduction-en-bourse-de-deezer-1081547 consulté le 21/06/2022

Mirakl à plus de 3,5 milliards de dollars. Il s'agit de la cinquième plus importante pour une entreprise du secteur des logiciels (SaaS) en Europe, selon Dealroom.[656] »

Plusieurs acteurs financiers étrangers ont pris part à ces deux opérations. Une nouvelle fois, c'est la valeur de la société, qui dépasse les 3 milliards de dollars de capitalisation boursière, qui interroge. Quelles méthodes d'évaluation sont utilisées par les investisseurs pour arriver à de telles capitalisations ?

Les différents entretiens menés avec les acteurs du financement, notamment des fonds d'investissement en capital risque des industriels, ont mis en avant les notions de spéculation, de rendement à court terme, d'investissements productifs, de valeur d'actifs, dans le cas de petites entreprises du numérique et de la création. Ces expressions traduisent l'importance des logiques financières dans la structuration des filières des ICC, et dans les modalités de financement des petites entreprises étudiées. La financiarisation de l'économie correspond à plusieurs caractéristiques :

> *« L'investissement à court terme devient la norme et c'est la spéculation qui fait augmenter la valeur d'un actif. Posséder un actif financier, c'est posséder le droit sur un revenu futur, obtenu par une fluctuation de la valeur de cet actif que génère la spéculation. Le risque rattaché à ce type d'actif est donc beaucoup plus élevé qu'avec les investissements productifs, puisque la valeur d'un actif dépend de la confiance que les acteurs lui portent et sa variation est alimentée par des rumeurs qui sont par définition très volatiles.*[657]»

Cependant, les coups financiers et les illustrations de la financiarisation décris dans cette recherche doctorale ne sont pas nouveaux. Les mouvements de concentration ont déjà été identifiés par des auteurs comme :

> *« Antoine Hennion (1978) dans le cas de la musique enregistrée ou Bernard Miège (1984) dans le cas d'autres filières des industries culturelles, ont d'ailleurs expliqué que ces domaines s'organisent chacun autour, d'une part, d'un petit nombre entreprises ayant seules les moyens d'organiser la diffusion nationale et internationale, de produire les contenus les plus onéreux et, d'autre part, d'une myriade de petites structures, plus souples et plus aptes à dénicher de nouveaux talents et produisant un grand nombre de contenus qui pour l'essentiel sont diffusés par les grands acteurs.*[658] »

La nouveauté et l'originalité de cette recherche reposent dans l'identification de ces mouvements au sein de petites entreprises françaises du numérique, et des montants des valorisations exceptionnelles adossées à ces opérations. On peut supposer que ces quelques « *trajectoires fulgurantes* » (au sens défini par Bouquillion) participent à la vision de l'investissement et à la constitution des critères d'éligibilité des dispositifs de soutien émanant d'acteurs comme la BPI. Un des objets de cette recherche est de démontrer que ces opérations n'illustrent pas la trajectoire de la majeure partie des petites entreprises du numérique et de la

---

[656] https://www.mirakl.fr/mirakl-realise-une-levee-de-fonds-555millions-dollars/ consulté le 21/06/2022

[657] https://iris-recherche.qc.ca/blogue/economie-et-capitalisme/quest-ce-que-la-financiarisation-de-leconomie/#:~:text=Marge%20de%20cr%C3%A9dit%2C%20r%C3%A9gime%20de,centr%C3%A9e%20autour%20de%20la%20finance. Consulté le 20/05/2022

[658] Bouquillion P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », Revue française des sciences de l'information et de la communication

création, mais traduisent l'importance grandissante des acteurs de la sphère financière dans les filières des ICC.

Les standards technologiques sont imposés par des entreprises en position dominante et l'industrialisation du financement du numérique et de la création favorise les « héritiers »

Les très importantes opérations financières et capitalisations boursières précédemment évoquées concernent des petites entreprises ayant développé des technologies considérées par les investisseurs comme « très innovantes » et avec un important potentiel de rentabilité. L'objet de cette recherche n'est pas de définir l'innovation en tant que telle, mais d'appréhender les effets de la notion sur la trajectoire des entreprises et sur la structuration des filières du numérique et de la création. Ainsi, nombre d'auteurs dont Bullich (2018), Longhi et Rochhia (2014), Miège (2017), Rebillard et Smyrnaios (2010), ont souligné l'importance des évolutions technologiques dans la structuration des filières des ICC.
Les logiques de domination, de concentration et de financiarisation ont largement été illustrées dans la filière de l'édition, mais elles sont également à l'œuvre dans la quasi-totalité filières des industries de la culture et de la communication, et notamment dans celles étudiées dans cette recherche doctorale.

L'exemple d'une petite entreprise du panel agissant dans le développement de logiciels informatiques pour développer des objets connectés et systèmes intelligents illustre bien les logiques de domination technologique à l'œuvre. Cette entreprise de Clermont Ferrand, issue de la trajectoire 5 de mon panel (*entreprises ayant levées une ou plusieurs fois des fonds mais qui restent aux fondateurs*) et qui a été fondé par deux docteurs en vision pour la Robotique et un ingénieur électronique, a ainsi levé plusieurs fois des fonds, auprès de deux industriels français, Limagrain et Michelin. La TPE, alors composée de moins de dix salariés développait un système de mesure de la pression des pneus pour le compte de Michelin. Elle menait également à bien des opérations de recherche sur des systèmes de connexion de véhicules agricoles, et sur des capteurs visant à optimiser la consommation énergétique d'une exploitation agricole. Ces deux acteurs industriels sont entrés au capital de la petite entreprise pour accroître leur domination dans la filière agricole grâce aux projets de R&D menés par la petite entreprise. Limagrain, dans un communiqué a ainsi affirmé vouloir « *accroître son potentiel d'innovation dans les technologies numériques et enrichir à terme ses offres vis-à-vis de nos adhérents et de nos clients* [659]».
Avant de me lancer dans les entretiens avec les acteurs de l'investissement. J'avais formulé l'hypothèse selon laquelle, les projets de R&D des entreprises et leur éligibilité aux différents dispositifs d'accompagnement et de financement, tels que le CIR et le statut JEI (Jeune Entreprise Innovante) jouaient un rôle central dans la valorisation de l'entreprise auprès d'investisseurs potentiels. Cependant, cette hypothèse semble difficile à confirmer. Plusieurs responsables d'investissements dans différentes structures (CVC, BPI France, etc.) m'ont confirmé s'intéresser aux projets de R&D, mais surtout aux équipes qui mènent à bien ces opérations de recherche. L'éligibilité aux différents dispositifs n'étant pas considérée comme un facteur structurant ou discriminant, tant l'appareillage de soutien public à l'innovation était accessible et peu contraignant.

[659] https://www.usine-digitale.fr/article/michelin-et-limagrain-investissent-dans-exotic-systems-pour-connecter-l-agriculture.N447462 consulté le 21/04/2022

« On va s'intéresser aux chiffres du bilan pour comprendre la propriété intellectuelle qui a été développée par les budgets de R&D alloués. La plupart des sociétés réussissent à qualifier la dimension innovante de ce qu'elles produisent pour pouvoir être éligibles au statut JEI. On n'en fait pas un critère en tant que tel, parce que sinon on investirait dans toutes les boîtes. Mais on essaie de comprendre ce qu'il y a derrière et ça permet de comprendre certaines barrières technologiques [660]*»*

Des auteurs comme Flesia (2006) ont également mis en avant le caractère incertain des projets de R&D dans les entreprises :

« *la valorisation - n'est envisageable que si les résultats obtenus au cours de la première - les découvertes réalisées - sont transférés efficacement à des acteurs, dont c'est le métier et la fonction, capables de les transformer à leur tour en procédés et produits commercialisables, c'est-à-dire dotés d'une certaine valeur marchande.*[661] »

Du côté de la recherche en SIC on insiste également sur la valeur marchande du produit ou du service issu de la R&D, et sur l'incertitude qu'il génère. Une tension émane au sein des industries de la culture et de la communication avec d'un côté des projets de R&D orientés vers la production de contenus, et d'un autre côté des opérations de recherche consacrées à la diffusion et à la distribution.

« *No wonder that the innovation and R&D function have turned out to be a key strategic asset in the culture and media sectors and a key dimension for the competition and domination of their market. The sector illustrates the tension triggered by innovations supported by content, uses and services on the one hand, and by the technology on the other hand* [662]»

Plusieurs entreprises étudiées dans cette recherche ont développé des technologies – dans la collecte et le traitement des données, mais également des algorithmes, des robots conversationnels et des plateformes – ou adapté des technologies existantes aux filières des industries culturelles. Ces développements ont parfois abouti à des versions commercialisables du produit ou du service, et ont permis de commencer à générer des revenus pour l'entreprise. Cela est notamment le cas pour les deux entreprises de la trajectoire 6 qui ont été achetées par un industriel sans n'avoir jamais levée de fonds. Les deux entreprises agissent dans la programmation informatique et ont bénéficié des avantages liés au statut fiscal de Jeune Entreprise Innovante. Elles ont en commun de n'avoir jamais cessé d'investir dans leurs projets de R&D, et d'avoir augmenté leur effectif de recherche, chaque année jusqu'à la cession du capital au groupe industriel.

Les projets de R&D menés par ces petites entreprises s'insèrent-ils dans des rapports de domination industrielle ou permettent-ils aux acteurs de petite taille de s'émanciper ?

Cette question a déjà été évoquée dans le cas du web collaboratif, dont les promoteurs évoquaient la portée émancipatrice et de nouvelles libertés pour les usagers :

---

[660] Extrait d'entretien semi-directif, dont la totalité de la retranscription se trouve en annexe.

[661] Flesia, E. (2006). Valorisation de la recherche, innovation et création d'entreprises. *Géographie, économie, société*, 8, 149-158. https://doi.org/10.3166/ges.8.149-158

[662] Benghozi P-J, Salvador E., Simon J-P. (015), « Looking for R&D in the creative industries" Communications & stratégies, Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe (IDATE), pp.171-181. Ffhal-02123893f

> *« Selon ces promoteurs, par son aspect participatif, le* Web *2.0 serait une révolution face au «* Web *1.0 » car il donnerait « une nouvelle liberté » engendrée par les échanges interpersonnels médiatisés par le* Web. [663] *»*

Dans les faits, le web collaboratif est :

> « *un facteur de disparition de l'organisation industrielle en termes d'oligopole, car il perpétue largement ce modèle et occupe une position centrale et dominante* [664]*»*

Mais s'apparente davantage à un :

> *« Discours de légitimation du capitalisme entrepreneurial et [d'une] tentative de défense d'une industrie en difficulté* [665]*»*

La concentration industrielle désigne la réduction du nombre d'entreprises opérant sur un secteur donné, avec la constitution d'oligopoles avec un petit nombre d'entreprises qui contrôlent une part significative des marchés. Ces entreprises disposent alors de « pouvoirs de marché » (capacités à peser sur des marchés et donc à s'éloigner d'une concurrence dite « pure et parfaite »). En SIC, on s'intéresse à la manière dont ces mouvements de concentration s'insèrent dans les industries de la culture et de la communication. Notre recherche questionne ce mouvement et plus spécifiquement la pénétration de logiques de concentration au sein des petites entreprises des ICC. Ce sont ces petites entreprises, situées à la « frange de l'oligopole » qui s'assurent du renouvellement des talents, du renouvellement technologique (notamment au travers des projets de R&D menées en interne), et qui, de fait, prennent en charge une grande partie du risque et de l'incertitude inhérentes à ces activités de développement technologique, comme nous l'avons démontré dans la première partie de ce travail de recherche.
Les sept trajectoires issues de cette recherche doctorale permettent de mettre en avant plusieurs éléments de réflexion quant à la présence de rapports de domination dans les secteurs du numérique et de la création :

1- L'organisation des secteurs du numérique et de la création se caractérise par la cohabitation entre une myriade de petits acteurs – comme ceux étudiés dans cette recherche – qui doivent sans cesse composer avec l'incertitude et qui prennent des risques importants en investissant massivement pour développer des briques de R&D, et des acteurs de grande taille, souvent internationaux qui dominent les filières et imposent le renouvellement technologique en fonction des logiques de marchés.

« *Les grands et petits acteurs n'entretiennent cependant pas des rapports étroits avec un partage des tâches comme au sein des oligopoles des industries de la culture. La domination des grands acteurs s'explique largement par le fait que dans les activités relevant des logiques collaboratives ou plus largement du Web existent des tendances au monopole naturel. Des sociétés se créent et formatent un marché plus ou moins nouveau qu'elles dominent. Tel est le cas de Google, de Facebook, de Twitter et, à défaut d'être rentable, de You Tube. La cause de*

---

[663] Boenisch, G. (2011), « Philippe Bouquillion, Jacob T. Matthews, Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication. » Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en plus, 2010. *Questions de communication*, (19), 392-393
[664]Ibid.

[665] Ibid.

ce fonctionnement réside notamment dans les logiques d'effets de club qui font que les utilisations tendent à se concentrer sur un tout petit nombre de sites. [666]*»*

Ce fonctionnement d'oligopole à frange a toujours été à l'œuvre dans filières des industries culturelles et communicationnelles, et semble renforcer par les projets de R&D tels qu'ils sont menés dans les secteurs du numérique et de la création.

2- Les petites entreprises du numérique et de la création, qui ne veulent pas ou ne sont pas en mesure de lever des fonds conservent une forme d'indépendance dans la stratégie de développement et dans le financement de l'activité. Cependant, les acteurs de la trajectoire 1 qui sous traitent des briques de R&D pour d'autres acteurs de la filière – pas forcément des industriels ou des grandes entreprises – sont également dans un rapport de domination et de dépendance à l'égard de leurs clients. Les entreprises ayant levé des fonds et qui composent les autres trajectoires sont également inscrites dans un rapport de domination, à l'égard des actionnaires dans le cadre d'une levée de fonds réalisée auprès d'un fonds, à l'égard d'un industriel dans le cadre d'un achat de la société par un groupe ou un pôle.

Aux premiers abords, le développement de briques de R&D n'est pas émancipateur et instaure même de nouveaux rapports de domination.
Cependant, en menant des opérations de R&D, les petites entreprises du numérique et de la création parviennent à jouer un rôle majeur dans des secteurs technologiques parfois très concurrentiels. Le développement d'une technologie nouvelle sur un marché permet d'améliorer la valeur de la société et attire des investisseurs, peut permettre de générer du chiffre d'affaires, d'obtenir des aides publiques ou des prêts bancaires, et, dans certains cas, conduit à l'autofinancement de l'activité.
C'est la stratégie des fondateurs (ou de la direction) et les modalités de financement choisis qui permet de résister aux rapports de domination à l'œuvre dans les filières. La trajectoire unique numéro 7 à laquelle correspond une seule entreprise traduit les limites de l'indépendance et de la logique d'autofinancement. Après douze années sans lever de fonds, les fondateurs cèdent une part de leur capital pour *« accélérer le développement technologique de nouvelles fonctionnalités, asseoir sa position en France et s'ouvrir au marché européen dans un second temps. »* Pour se développer à l'international, les investissements en R&D nécessaires sont très importants et les capacités d'autofinancement de l'entreprise doivent être augmentées :

> *« les premiers investissements seront consacrés aux équipes produits et R&D, avant de s'étendre aux équipes commerciales et marketing pour développer encore davantage la dynamique en France cette année et en Europe en 2022. Nos objectifs internationaux se tourneront principalement vers les pays européens 'RGPD compliant' et dans les 10 langues que nous gérons déjà (français, anglais, espagnol, italien, roumain, portugais, allemand…)* [667]*»*

Cependant, cette ouverture de capital induit une perte de contrôle des fondateurs de la société au profit, en l'occurrence, d'acteurs financiers. Ainsi, comme dans la quasi-totalité des

[666] Bouquillion, P. (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles. » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, *3*(14), 55-67.

[667] https://www.frenchweb.fr/chatbots-le-francais-dydu-leve-63-millions-deuros-aupres-dentrepreneur-invest-et-de-la-bpi/417705 consulté le 21/06/2022

opérations de levées de fonds réalisées par les petites entreprises du numérique et de la création Cette tendance est accentuée dans le cas de cessions des structures à des industriels de la filière (précédemment partenaires ou concurrents) ou à des financiers engendre nécessairement une perte de contrôle des fondateurs sur la stratégie de la société, et instaure de nouveaux rapports de domination. Les briques, opérations, ou projets de recherche, ainsi que les développements technologiques réalisés par les petites entreprises sont cédés à des acteurs plus importants et mieux dotés financièrement. Ces derniers exploitent la technologie avec différents objectifs :

- Etouffer la concurrence d'un petit acteur plus agile et innovant,
- Exploiter la technologie à des fins commerciales et purement économiques,
- Développer son offre de services ou de produits pour toucher de nouvelles cibles ou fidéliser les clients existants avec une stratégie de concentration des activités permettant de conserver une place dominante dans la filière.

Ainsi, la R&D, si elle permet, dans un premier temps, aux petites entreprises de valoriser leur activité, d'obtenir des aides publiques disponibles, de gagner des clients, et de se faire connaître, elle est également facteur de domination dans le cas d'une levée de fonds ou d'une cession à un acteur financier ou industriel. De fait, les politiques publiques qui mettent en place des dispositifs de financement à l'innovation et à la R&D participent, indirectement, du maintien de rapports de domination à l'œuvre dans les secteurs du numérique et de la création, et participent du maintien du rapport de force en faveur des acteurs de grande taille. La volonté stratégique d'acteurs comme BPI France, de favoriser les effets de levier et la pénétration des acteurs industriels dans le financement des petites entreprises du numérique et de la création participe de ce mouvement de domination et l'encourage.

Les conflits et les connivences entre les logiques des ICC et les logiques publiques locales et régionales : les cas de la Bretagne et de l'Ile-de-France

Dans un contexte de décentralisation, l'Etat délègue aux régions et autres collectivités territoriales de nouveaux champs d'action et de décision. Les régions ont ainsi davantage d'autonomie pour financer la création d'emploi, le développement industriel et les projets de recherche. Et, dans un même temps, l'Etat encourage les entreprises à développer des projets dits « innovants », en lien direct avec le numérique et les nouvelles technologies, au travers de différents dispositifs d'accompagnement et de financement afin de satisfaire les objectifs de croissance, de création d'emplois et de compétitivité de la France à l'échelle internationale. Ces deux tendances :

> *« Tendent alors à redéfinir l'espace et les modes d'interaction des institutions en charge de l'innovation (collectivités locales, pouvoirs publics régionaux, administrations nationales et institutions supranationales), et, de ce fait, à imbriquer différents niveaux spatiaux dans la détermination et l'évolution des cadres institutionnels au sein desquels prennent place les politiques en matière industrielle et d'innovation.*[668] »

[668] Depret, M., Hamdouch, A., Monino, J. & Poncet, C. (2010), « Politiques d'innovation, espace régional et dynamique des territoires : un essai de caractérisation dans le contexte français. » Innovations, 3(3), 85-104. https://doi.org/10.3917/inno.033.0085

Les politiques régionales d'accompagnement et de financement de la recherche et du développement d'innovations se situent généralement en amont ou dans la phase d'émergence des projets. Cependant, les conditions de développement de l'activité et ce que cela engendre comme « externalités positives » - en termes de créations d'emploi, de développement économique du territoire d'implantation et de « synergies » industrielles et économiques avec d'autres acteurs régionaux - dépendent très fortement de conditions financières, de marché, et de structuration du projet d'entreprise, et méritent également un accompagnement de la part des pouvoirs publics. Or, certaines entreprises implantées en régions, agissent dans la production de « biens symboliques » et,

> *« Leur activité ne débouche pas directement, par elle-même, sur la production de biens accessibles au consommateur final ; elle participe à ce que l'on désigne en comptabilité nationale comme étant une consommation intermédiaire, débouchant sur la production d'autres biens.*[669] *»*

La quasi-entièreté des TPE et PME étudiées dans cette recherche se sont implantées en régions Bretagne et Ile-de-France. Ainsi, la région Bretagne en co-financement avec l'antenne locale de BPI France a ainsi mis en place un « fonds régional d'innovation ». Ce fonds finance la création de « pôles de compétitivité » afin d'encourager « l'émergence de projets collaboratifs de recherche et développement (R&D) innovants et la croissance des entreprises membres, avec pour objectif la mise sur le marché de nouveaux produits, services ou procédés [670]». Sont également financées à une échelle régionale, des « structures d'accompagnement à l'innovation », telles que les SATT (Sociétés d'accélération du transfert de technologies) et les IRT (Institut de recherche technologique), et les CIT (Centres d'innovation technologique). Cet ensemble d'acteurs agit afin de soutenir et d'accompagner « les sociétés bretonnes dans leur développement à l'international » et également favoriser les investissements étrangers en Bretagne.

[669] https://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/industrialisation-des-biens-symboliques-entretien-auteurs/ Consulté le 28/06/2021

[670] https://www.bretagne.bzh/app/uploads/plaq_cible_aides_eco_v3-web8.pdf Consulté le 28/06/2021

CONCLUSION PARTIE 3 : Financement public et privé de la recherche, de l'innovation et de la créativité : quels enjeux pour l'avenir ?

Dans un article publié en octobre 2021, Le Monde soulignait l'écart abyssal entre les investissements en R&D des géants transnationnalisés agissant dans les ICC, avec les autres acteurs, notamment français, soutenus par des dispositifs tels que le CIR. Les investissements en R&D de ces « géants technologiques américains et asiatiques » sont sans commune mesure avec ceux réalisés en France et en Europe, et annoncent un potentiel changement de paradigme dans les politiques de soutien en faveur de l'innovation et de la R&D.

> *« En 2020, les entreprises Amazon, Google et Huawei ont, à elles seules, investi plus de 70 milliards d'euros en recherche et développement (R & D), soit environ une fois et demie l'investissement total, public et privé, de la France. La part de cet investissement dirigée vers des recherches fondamentales sur le long terme suffit à doter leurs laboratoires de moyens sans comparaison avec ceux des laboratoires publics.*[671] »

Un double mouvement serait à l'œuvre. Premièrement, malgré les réformes prévues dans le cadre de la loi LPR (Loi de Programmation de la Recherche), l'investissement en R&D privé national stagne (*la Loi de programmation de la recherche prévoit une croissance annuelle des crédits de recherche publics français d'environ 3 %),* face à des investissements en croissance d'environ 7% en Chine, et 8.5% aux Etats-Unis. Le fossé entre mondes académiques et recherche privée, défini comme cause majeure des difficultés de la recherche française par rapport à ses concurrents internationaux, aurait alors tendance à se creuser, soulignant encore davantage le manque de légitimité du « *coûteux et inefficace crédit d'impôt recherche* » et, l'inopérance des politiques publiques de soutien à l'innovation et à la R&D face aux investissements massifs réalisés par les géants du numérique.
Cette recherche doctorale est au cœur des enjeux actuels de politique économique et sociale. Les questions liées au financement public de la R&D et au financement des industries culturelles et de la communication sont des éléments centraux de la réflexion sur la compétitivité et la « souveraineté technologiques » des nations. En France le financement public de la R&D dont le dispositif phare, le CIR, a beau avoir été « sacralisé[672] » au nom de l'ambition européenne de faire de *« l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique au monde dans les 10 prochaines années* [673]*»,* de récents rapports et notamment celui de France Stratégie et de la CNEPI, précédemment évoqués, soulignent son inefficacité à favoriser l'augmentation des dépenses de R&D du côté des grandes entreprises et des acteurs industriels !

> *« Les gouvernements des trois dernières décennies ont systématiquement sous-estimé l'importance de l'investissement en recherche pour la souveraineté technologique de la France et de l'Europe. Les candidates et candidats à l'élection présidentielle de 2022 prendront-ils mieux la mesure du défi ?* [674] »

---

[671] https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/11/n-oublions-pas-que-la-recherche-publique-a-pour-mission-de-produire-des-connaissances-pour-le-bien-commun_6097867_3232.html Consulté le 11/10/2021
[672] https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/notes/2015/note55.pdf Consulté le 11/10/2021
[673] Ibid.
[674] Ibid.

Néanmoins, cette recherche doctorale a montré l'importance du dispositif dans la trajectoire des petites entreprises du numérique et de la création. La volonté d'obtention du CIR et autres dispositifs de soutien public est très structurante, et au cœur de la stratégie mise en place par les fondateurs.
Du côté des politiques publiques, l'objectif de ces dispositifs ne serait alors pas de soutenir la « croissance » des petites entreprises ou la création massive d'emplois, mais davantage de participer au maintien des emplois et de favoriser la mise en place de projets et de briques de R&D au sein de structures de petites voire très petites tailles, et de financer la création de dispositifs socio-économiques et socio-culturels nouveaux.

Dans un rapport officiel de 2013 émanant de la Mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique, une des propositions d'amélioration de l'accompagnement des petites entreprises du numérique consiste en la création d'un « *environnement fiscal favorable à l'émergence d'entreprises nouvelles en réformant la fiscalité de la R&D et du financement par le marché* [675]». Cette proposition de réforme repose sur une volonté explicite d'adapter « *la définition de la R&D aux caractéristiques de l'économie numérique* ». Dans sa version originelle, le manuel de Frascati exclut du périmètre de la R&D « *les systèmes ou programmes qui étaient à la disposition du public avant le début desdits travaux*[676]», semblant ainsi favoriser des projets de R&D au sein des intérieurs des entreprises, coupés de toutes interactions sociales en dehors de l'organisation. L'interprétation de la définition ici présentée exclue, de fait, toutes les activités de collecte et de traitement de données émanant des utilisateurs de dispositifs numériques. Or, comme cela a été démontré dans la première partie de cette recherche doctorale, une grande partie des 60 petites entreprises étudiées agit dans la collecte et le traitement des données massives en vue de nourrir des algorithmes de recommandation ou des systèmes d'informations personnalisés. Le rapport de 2013 portant sur la fiscalité du numérique souligne ce paradoxe : « *le fait même de mettre une application à la disposition d'utilisateurs, ou de s'appuyer sur une application existante et déjà utilisée, peut avoir une finalité de R&D*. » D'un autre côté, le rapport souligne tout de même que certaines activités liées aux technologies de l'information, aux développements de la technologie « de l'internet », et le développement de logiciels nécessitent une acception plus large de la recherche.
De plus, dans le cas de certaines petites entreprises – notamment certaines étudiées dans le cadre de cette recherche-, « *le design d'expériences et d'interfaces, les modèles d'affaires, l'analyse de données, la stratégie et la « traction » sont des chantiers de R&D tout aussi décisifs que l'algorithmique, la visualisation, l'architecture logicielle ou le temps réel*. [677]»

Du côté des politiques publiques en faveurs des ICC, Le Corf (2013) souligne le risque grandissant de « La pérennité des actions de soutien aux entreprises des ICC (qui) est un défi à relever pour les territoires et leurs acteurs (les collectivités comme les associations défendant les intérêts des ICC). » et confirme l'incertitude qui plane autour du « *désengagement de l'État* ». Plusieurs éléments justificatifs ont été formulés tout au long de cette recherche pour tenter de mieux appréhender la stratégie des pouvoirs publics dans le soutien aux filières des ICC, et tester l'hypothèse d'un désengagement progressif des politiques publiques dans le soutien aux ICC, au profit d'un soutien accru aux secteurs traversés par le renouvellement technologique :

[675] http://www.juris-initiative.net/uploads/media/rapport_fiscalite_du_numerique_janvier_2013.pdf consulté le 23/09/2019
[676] Ibid.
[677] Ibid.

- Les montants alloués, les plafonds et autres règles de minimis qui régissent les dispositifs fiscaux de financement en faveur de la créativité (crédits d'impôts, cinéma, collection, métiers d'art, jeux vidéo, etc.) traduisent à la fois une volonté des pouvoirs publics de maintenir des dispositifs spécifiques aux acteurs des ICC, mais également une stratégie moins ambitieuse que pour les entreprises dites « innovantes »,
- L'abandon progressif du financement par subventions au profit d'un financement par la fiscalité et par des dispositifs inspirés des sphères bancaires et de l'investissement mis en place par des acteurs comme la banque publique d'investissement, l'IFCIC ou les SOFICA traduit la volonté des pouvoirs publics d'appliquer des critères d'éligibilité essentiellement liés à la performance économique des entreprises (croissance significative du chiffre d'affaires, fonds propres positifs, stratégie d'internationalisation, création d'emplois, etc.). Avec ces modalités de financement, très peu d'entreprises sont éligibles et peuvent bénéficier d'un accompagnement,
- En insérant des critères d'éligibilité liés au renouvellement technologique permanent, à la nouveauté et à l'innovation au sein de dispositifs de soutien aux industries culturelles, les politiques publiques participent des mouvements à l'œuvre qui favorisent les industries communicationnelles au détriment des industries culturelles,
- Les fondateurs de petites entreprises du numérique et de la création mettent en place des stratégies en vue d'obtenir les financements disponibles à la R&D et à l'innovation, plus avantageux que ceux à la créativité. Deux conséquences majeures sont liées à ces stratégies en faveur des investissements en R&D :

  Un risque de dépendance des petites entreprises à l'égard des dispositifs de soutien à l'innovation et à la R&D, ainsi que le maintien de phénomènes de concentration et de financiarisation en faveur des acteurs de grande taille mieux dotés et au détriment des petits acteurs qui innovent, prennent les risques, mais sont condamnés au statut de sous-traitant ou de prestataires.

CONCLUSION GENERALE

Dans cette recherche doctorale, le thème du financement des petites entreprises du numérique et de la création à été étudié à trois niveaux, sans cesse articulés :

- Au niveau des fondateurs de petites entreprises. En explorant dans un premier temps, les caractéristiques et les spécificités de leurs activités, et, dans un second temps, les stratégies qu'ils mettent en place en vue d'obtenir les financements disponibles,
- Au niveau des politiques publiques, en tentant d'identifier les stratégies à l'œuvre, tant du point de vue du financement des petites entreprises du numérique et de la création, que des évolutions dans la perception des filières et des activités directement liées à des objectifs politiques, économiques et sociaux.
- Au niveau de l'évolution des modèles socio-économiques à l'œuvre dans les secteurs du numérique et de la création, et des enjeux des politiques publiques et des stratégies/ positionnements des fondateurs de petites entreprises, sur ces modèles.

Cette articulation sur trois niveaux d'analyse a permis de répondre à la question centrale de cette recherche doctorale :

Dans quelle mesure les dispositifs de financement de l'innovation concourent-ils à créer des emplois et de la croissance ou des dispositifs sociotechniques nouveaux ?

Afin de répondre à cette interrogation, j'ai, dans une première partie, identifié des caractéristiques communes aux 60 structures étudiées. Malgré la diversité des structures étudiées et des activités, je me suis concentré, sur les modalités de financement des petites entreprises du numérique et de la création, afin de faire émerger des spécificités propres aux 60 structures étudiées. Il en est ressorti les faits suivants :

- Toutes les sociétés ont bénéficié du soutien des pouvoirs publics via des dispositifs fiscaux de financement à l'innovation, à la R&D ou à la créativité,
- Une grande partie d'entre elles réalisent la majeure partie de leurs investissements dans le développement de briques technologiques ou dans des projets de création,
- La quasi-totalité d'entre elles agissent dans la collecte, le traitement, et l'analyse de données massives.

Une fois ces caractéristiques communes définies, et afin de prolonger l'identification des spécificités des acteurs du numérique et de la création, j'ai mené des entretiens avec certains fondateurs de ces petites entreprises, ainsi qu'avec des acteurs du financement privés et publics. Dans le prolongement du travail de Moeglin (2012), de nouvelles « *conditions spécifiques* » et différents niveaux d'incertitudes pesant « sur *la conception, la valorisation et la consommation des produits culturels* [678]» ont pu être identifiés :

- Ces petites structures sont confrontées à une grande incertitude, notamment dans les premières années de leur existence. Ces incertitudes sont liées à d'importantes difficultés à se financer auprès des banques, des acteurs privés de l'investissement, mais

[678] Mœglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », Revue française des sciences de l'information et de la communication

également auprès de certains acteurs publics tels que la banque publique d'investissement ou l'IFCIC. Dans un même temps, mon étude met en avant des inégalités d'accès aux financements. Ainsi, tous les fondateurs ne sont pas exposés aux mêmes difficultés. Les expériences professionnelles et entrepreneuriales antérieures, le nombre d'associés, leurs synergies et complémentarités, les diplômes obtenus et écoles/ universités côtoyées sont autant de facteurs qui facilitent l'accès à certains dispositifs publics, et qui « rassurent » les investisseurs potentiels.

- Le risque peut également être lié à l'engagement de ces petits acteurs dans des projets technologiques. Ces entreprises concentrent l'essentiel de leurs investissements dans le développement de briques technologiques, très onéreuses et sans aucune garantie de parvenir à générer des revenus grâce à ce travail. La quasi-totalité des structures étudiées privilégie les projets de R&D afin d'obtenir les financements disponibles et de valoriser leur activité, au détriment des dimensions « culturelle » et « créative », moins rémunératrices. Or, le risque de concentrer les investissements dans des projets de R&D est de créer une forme de dépendance à l'égard des dispositifs de soutien à l'innovation, mais également de sans cesse devoir renouveler la technologie au risque de subir la concurrence d'acteurs mieux dotés et aux stratégies de conquête des marchés très agressives.

La définition de ces caractéristiques communes a été une étape importante dans la construction de la réponse à la question centrale. J'ai ainsi retenu les termes génériques de « numérique » et de la « création » pour caractériser les activités des 60 structures étudiées. Ces termes me semblaient plus adaptés que les notions « d'innovation » et de « créativité », utilisés par la totalité des acteurs convoqués dans cette recherche, souvent à des fins communicationnelles et stratégiques.
De plus, j'ai constaté l'inopérante catégorisation par filières dans le cas des 60 entreprises qui constituent mon panel. Ainsi, je ne convoque que peu les notions d'industries culturelles, communicationnelles et créatives, car la majeure partie des entreprises étudiées se situe à la croisée de chacune de ces trois filières.
Ce travail préalable d'identification, a également permis de mieux comprendre les dispositifs sociotechniques développés par les petites entreprises, ainsi que d'entrevoir les « briques » et les projets de recherche et développement tels qu'ils sont menés dans les secteurs du numérique et de la création, par de petits acteurs. Ce travail n'a pas pour vocation de définir arbitrairement quelles activités seraient innovantes ou créatives et celles qui ne le seraient pas, mais bien davantage d'étudier les enjeux stratégiques liés à l'utilisation très régulière de ces notions, tant par les fondateurs d'entreprises, que par les pouvoirs publics.

Dans une seconde partie, je me suis donc intéressé aux stratégies des pouvoirs publics au travers des dispositifs de soutien de l'innovation, de la R&D et de la créativité mis en place par les acteurs nationaux, européens, et régionaux. Par l'étude des critères d'éligibilité des différents dispositifs, j'ai identifié plusieurs éléments clés des politiques publiques, depuis la création de l'IFCIC et la mise en place du crédit d'impôt recherche en 1983. Entre les dispositifs fiscaux, les avances remboursables et non remboursables, les prêts bancaires, les aides européennes, les dispositifs du CNC et des différents ministères, et les « plans » de la BPI et des régions, l'offre de financements en faveur des secteurs du numérique et de la création est pléthorique. Et à ces différents acteurs institutionnels s'ajoutent les acteurs bancaires, de l'investissement, et industriels qui jouent également un rôle dans la trajectoire des petites entreprises. Il apparaît,

dès lors, que la majorité des dispositifs de soutien à l'innovation et à la créativité soutient une minorité d'entreprises triées sur le volet et répondant des caractéristiques des « trajectoires fulgurantes [679]», pour reprendre l'expression utilisée par Bouquillion. La majeure partie des petites entreprises du numérique et de la création ne pourront jamais accéder aux dispositifs de soutien émanant de BPI France, de l'IFCIC, de l'Europe, du CNC, et ce malgré l'accompagnement par un cabinet de conseil en financement de l'innovation comme Ambroise. Au même titre que pour lever des fonds ou obtenir un prêt bancaire, les petites entreprises doivent correspondre à des critères de croissance, de création d'emplois, d'internationalisation, or, dans le cas de mon panel, 40% des structures ont une trajectoire linéaire plutôt que fulgurante. Cependant, l'État ne se désengage pas totalement et, via le financement par crédits d'impôts, soutient l'ensemble des entreprises répondant à des critères d'activité et d'investissement, plutôt qu'à des critères de rentabilité. Il existe un nombre très important de crédits d'impôts à la disposition des entreprises du numérique et de la création (crédits d'impôts collection, cinéma, métiers d'art, innovation, R&D, jeux vidéo, etc.). Malgré la grande diversité des budgets alloués et des critères d'éligibilité, les 60 entreprises de mon panel ont pu bénéficier d'un financement par ce dispositif fiscal. Ainsi, via les crédits d'impôts, l'État ne finance pas la croissance économique ou la création massive d'emplois, mais permet de maintenir des emplois au sein de petites structures pendant plusieurs années, et finance surtout l'émergence de nouveaux dispositifs sociotechniques.

Dans une troisième partie, j'ai étudié les conséquences des politiques publiques sur la trajectoire des petites entreprises, et sur l'évolution des filières et des modèles socioéconomiques. J'ai également évoqué le rôle des acteurs bancaires et des fonds d'investissement dans l'évolution des secteurs du numérique et de la création. Le premier constat est que des acteurs comme la banque publique d'investissement (BPI France) utilisent des critères d'éligibilité basés sur la rentabilité et issus des acteurs bancaires et des fonds d'investissement. Le second constat est celui de la place très importante prise par les projets de R&D dans la trajectoire des entreprises du numérique, y compris au sein de celles de très petites tailles. Tant dans les investissements réalisés, que dans l'obtention des financements publics disponibles précédemment évoqués, que dans la valorisation de l'activité auprès des investisseurs, la R&D occupe une place de choix dans les sept trajectoires issues du terrain de cette recherche. La diversité de mon panel a également permis d'étudier la trajectoire d'entreprises agissant dans les secteurs de la création, notamment la mode. Les différents entretiens réalisés ainsi que les données comptables collectées montrent que ces structures ont davantage de difficultés que les entreprises du numérique à lever des fonds. Les dispositifs fiscaux de soutien auxquels elles peuvent prétendre sont méconnus des cabinets de conseil en financement, et les enveloppes qui leur sont allouées sont largement inférieures à celles allouées au soutien à l'innovation et à la R&D. Cependant, ces dispositifs concernent des structures appartenant aux filières des industries culturelles et créatives et valorisent la dimension dite créative plutôt que la dimension innovante. Ce qui n'est pas le cas de l'ensemble des dispositifs de financement, et notamment de ceux émanant d'institutions telles que BPI France, l'Europe, ou l'IFCIC.

Cette recherche doctorale a tenté d'être originale sur plusieurs points. En premier lieu car je me suis intéressé à un nombre important d'acteurs de petite voire très petite taille, sur une période relativement large. La diversité des activités étudiées et la richesse des données collectées ont permis d'établir un panel des projets menés dans les secteurs du numérique et de

[679] Bouquillion, P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication »

la création. De plus, sept trajectoires ont été définies et peuvent être appliquées à d'autres secteurs d'activités.

> ***Rappel des 7 grandes trajectoires issues des résultats de mon terrain de recherche***
> *1° Des petites entreprises qui ne lèvent jamais de fonds mais s'inscrivent dans la durée*
> *2° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis déposent le bilan dans les mois qui suivent*
> *3° Des petites entreprises qui ne lèvent pas de fonds et déposent le bilan dans les 24 premiers mois suivant le début de l'activité*
> *4° Des petites entreprises qui lèvent des fonds puis se revendent à un acteur industriel ou un acteur financier*
> *5° Des petites entreprises qui lèvent des fonds mais restent aux fondateurs*
> *6° Des petites entreprises qui sont revendues à un industriel sans levée de fonds antérieures*
> *7° Trajectoire unique d'une TPE créée en 2009 : en croissance permanente depuis la création et qui a réalisé sa première levée de fonds (6,3 Millions €) en 2021*

Ces trajectoires permettent de mettre en avant les différentes stratégies mises en place par les fondateurs et les dirigeants des structures du numérique et de la création en vue de se financer. Étant donné que toutes les entreprises étudiées sont éligibles à un dispositif de soutien public à l'innovation, à la R&D, ou à la création, ce critère n'est pas opérant dans ma volonté de mettre en exergue des tensions et des stratégies liées aux modalités de financement dans les filières du numérique et de la création. La possibilité et la volonté de lever de fonds est rapidement apparue comme le facteur le plus opérant de la stratégie mises en place par les entreprises étudiées, et comme un facteur discriminant pour les fondateurs ne souhaitant pas ouvrir leur capital à des investisseurs. Cet élément central est issu du test d'une de mes deux sous hypothèses :
« Certaines caractéristiques socioéconomiques des entreprises et des fondateurs peuvent peser sur l'obtention des financements publics et sur la capacité à lever des fonds ».

Les sept trajectoires ont donc été constituées autour de cette sous hypothèse et prolongent les travaux de Bouquillion (2012) portant sur le positionnement et les enjeux des groupes des industries de la communication :

> *« Certains de ces acteurs sont très jeunes ou ont connu récemment une croissance extrêmement rapide. Ils ont traversé très rapidement la plupart des huit étapes type de la trajectoire d'un acteur des industries de la communication : la création, l'entrée en bourse, l'atteinte de l'équilibre financier, l'internationalisation, les alliances stratégiques, les acquisitions ou prises de participation dominantes, l'entrée dans la création/production ou surtout la diffusion de contenus informationnels et culturels, la diversification dans des activités étrangères à la fois à leur métier d'origine et aux contenus culturels et informationnels.*[680] *»*

Plusieurs spécialistes de l'entrepreneuriat, comme Boissin (2019) ou Grazzini (2016), ont également traité des trajectoires de croissance des « start-up[681] » en lien avec leurs modalités de

[680] Bouquillion P. (2012), « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », Revue française des sciences de l'information et de la communication

[681] Boissin, J., Grazzini, F. & Tarillon, C. (2019), « Une caractérisation des trajectoires de croissance des start-up au travers de leur taille et de leur mode de financement: Le cas des entreprises soutenues par le ministère de

financement et les stratégies mises en place par les fondateurs. Cependant, du côté des SIC, les études sur le sujet sont rares, voire inexistantes. Il me semble primordial de préciser que les sept trajectoires ne sont pas définitives. En effet, en un peu plus de trois années de rédaction, certaines entreprises de mon panel ont déjà changé de trajectoires. Cela est notamment le cas d'une structure dont les fondateurs ont refusé, pendant plus de 10 ans de recourir à la levée de fonds, et qui, dans l'optique d'un développement international plus rapide, et après la crise sanitaire du COVID ont fini par réaliser une levée de fonds auprès de plusieurs fonds internationaux. Ces trajectoires sont donc à appréhender comme des idéaux types, au sens défini par Weber :

> *« On obtient un idéal-type en accentuant unilatéralement un ou plusieurs points de vue et en enchaînant une multitude de phénomènes isolés, diffus et discrets, que l'on trouve tantôt en grand nombre, tantôt en petit nombre, par endroits pas du tout, qu'on ordonne selon les précédents points de vue choisis unilatéralement pour former un tableau de pensée homogène.* [682] *»*

Ces trajectoires ne sont pas figées dans le temps et sont amenées à être repensées lors d'évènements imprévus et exogènes aux entreprises concernées, tels que la crise sanitaire du COVID 19. Loin des discours enchantés sur l'entrepreneuriat dans les secteurs du numérique, cette recherche doctorale a tenté d'apporter au moins trois éléments majeurs dans l'analyse de la trajectoire des entreprises :

Premièrement, toutes les entreprises du numérique ne connaissent pas de « trajectoires fulgurantes », avec des potentiels de croissance exponentiels voire infinis, et toutes n'ont pas des modèles d'affaires viables ni durables. Le risque et l'incertitude sont à considérer comme inhérentes aux activités de développement technologique. Les filières y sont très concurrentielles et les investissements en matériel et humains pour continuer à développer des briques de R&D sont coûteux et nécessaires. Dès lors que les entreprises n'investissent plus dans le renouvellement technologique et se concentrent sur le marketing, la communication ou le développement commercial, elles augmentent le risque d'échec du projet. A l'inverse, certaines entreprises, notamment issues de la trajectoire 1, souffrent d'une dépendance à l'égard des dispositifs publics de financement de la R&D et de l'innovation. L'obtention du remboursement des dépenses de personnel et de matériel engagées par crédit d'impôt recherche, innovation, ou création, est, dans certains cas, une source majeure voire principale de financement de l'activité. Et, de fait, conditionne le maintien des emplois au sein de la structure. Ainsi, ces entreprises sont engagées dans un processus de renouvellement technologique permanent, non pas en vue de résister à la concurrence ou de développer de nouveaux débouchés commerciaux, mais afin d'obtenir les financements publics disponibles. Dans ces cas précis, qui concernent environ 10 entreprises sur les 60 étudiées, les dispositifs fiscaux de soutien à l'innovation et à la R&D sont très structurants dans la trajectoire des petites entreprises du numérique.

Deuxièmement, les résultats de cette recherche doctorale concourent à expliquer que les dispositifs de financement public - autre que les crédits d'impôts (CIR, CII, CIC, CIMA, CIJV) - émanant d'acteurs tels que la banque publique d'investissement, l'Europe, ou les régions, ne corrigent pas les inégalités de départ entre les fondateurs. En établissant leurs critères d'éligibilité sur des critères de rentabilité, tels que l'adossement aux fonds propres ou une croissance significative du chiffre d'affaires, ces dispositifs tendent à soutenir des entreprises

---

l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. » Revue de l'Entrepreneuriat, 18, 21-59. https://doi.org/10.3917/entre.182.0021

[682] Weber M. (1965), « Essais sur la théorie de la science »

déjà rentables voire qui connaissent une « *trajectoire fulgurante* ». En s'inspirant des critères et des modalités d'investissements à l'œuvre chez les acteurs des sphères bancaires et privés, les acteurs publics évoqués n'ambitionnent pas de soutenir toutes les entreprises du numérique et de la création, mais une faible partie d'entre elles ayant déjà prouvé leur capacité à générer du profit et à créer des emplois. Ainsi, seuls les dispositifs de financement fiscaux semblent remplir une mission de service public en basant leurs critères d'éligibilité sur des investissements réalisés, plus que sur des revenus générés.

De plus, cette recherche doctorale a permis d'étudier les objectifs et les stratégies des politiques publiques dans leur soutien aux entreprises du numérique et de la création. Cette analyse prolonge celle des dispositifs européens en faveur des industries culturelles et créatives menées par Bouquillion et Le Corf (2010). Le résultat principal est que les dispositifs fiscaux financent des briques de R&D et le maintien d'emplois dans les secteurs du numérique et de la création, tandis que les autres guichets de financement (BPI, Europe, régions, IFCIC, etc.) soutienennt des entreprises déjà rentables et avec un risque d'échec faible.
Ainsi, il semble que dans le cas des petites entreprises du numérique et de la création, les dispositifs fiscaux de financement de la recherche, de l'innovation et de la création apparaissent comme les plus à mêmes de maintenir des emplois dans des entreprises exposées à l'incertitude et au risque permanent et qui ont d'importantes difficultés à se financer dans les circuits bancaires ou de l'investissement privé. Mon étude ne permet pas d'affirmer que ces dispositifs permettent de créer des emplois, mais une tendance se dégage néanmoins : les entreprises bénéficiaires réalisent des investissements régulièrement pour mener à bien leurs projets de recherche et de développement. Ces investissements concernent très peu l'embauche de doctorants en contrats CIFRE et de jeunes docteurs, mais davantage le recrutement de professionnels de la data et du développement. Il est possible d'affirmer également, que sans le CIR, les petites entreprises de la trajectoire 1 éprouveraient de grandes difficultés à maintenir les emplois existants. Dans le cas des entreprises de mon panel qui ont connu ou connaissent une forte croissance, le CIR permet de soutenir les investissements matériels et immatériels, de maintenir l'emploi des chercheurs à l'initiative du projet voire d'augmenter leur salaire (dans la grande majorité des 60 entreprises étudiées, la quasi-totalité des chercheurs présents en début de projet restent plusieurs années dans l'entreprise, et ce dans la totalité des trajectoires), et dans certains, cas de permettre l'embauche de salariés très qualifiés avec des salaires élevés. Certaines entreprises engageant des dépenses d'innovation (CII) investissent également dans le recrutement de profils marketing et/ ou communication. Il s'agit d'entreprises de la trajectoire 1, qui mènent des projets d'innovation et pas de recherche.
Si des éléments de réponse ont pu être apportés en ce qui concerne la création et le maintien de l'emploi auxquels concourent les dispositifs de financement de l'innovation et de la création, ces derniers participent également du développement de dispositifs sociotechniques nouveaux. En effet, les petites entreprises bénéficiaires du CIR étudiées dans cette recherche doctorale et qui correspondent aux caractéristiques de la trajectoire 1, développent des briques technologiques et mettent en place des opérations de recherche très spécialisés. Cela est notamment le cas dans la filière du jeu vidéo, où, dans l'ombre des éditeurs les plus connus, tels qu'Ubisoft et Gameloft en France, agissent une multiplicité de petits acteurs. Tantôt sous-traitants, tantôt développeurs de briques d'intelligence artificielle ou de modules de machine learning, les petites structures participent des évolutions technologiques de la filière et absorbent une part importante du risque tant elles ne sont assurées du succès de leur entreprise et tant les investissements à réaliser pour exister sont importants. Parfois très dépendantes des dispositifs fiscaux de soutien à la recherche (CIR) et aux jeux vidéo (CIJV), ces structures développent de nouveaux projets technologiques et créent des contenus interactifs, pour leur propre compte ou pour le compte d'acteurs plus importants.

Dans d'autres cas, notamment dans les autres trajectoires étudiées dans cette recherche doctorale, les entreprises bénéficiaires du CIR et du CII développent des briques de R&D originales et parviennent à exister, y compris au sein de filières très concurrentielles telles que le développement de marketplaces ou dans les algorithmes de recommandations. Très exposées à l'incertitude du succès et à la concurrence d'acteurs transnationnalisés avec des moyens très importants, ces entreprises sont contraintes à l'investissement en R&D perpétuel. Les dispositifs fiscaux permettent de maintenir ces investissements humains et matériels et participent, de fait, à l'émergence de dispositifs sociotechniques nouveaux, et au succès de certaines entreprises qui connaissent une « trajectoire fulgurante ». *Deezer, Marketshot, Meero, Mirakl*, ou le *Kiosque.fr* font ainsi parti des entreprises françaises ayant connu un succès commercial à l'international, avec plusieurs centaines de millions d'euros levés auprès d'investisseurs étrangers. Ces structures ont bénéficié voire bénéficient encore du CIR, et ont, dans leurs filières respectives, participé du développement de nouveaux dispositifs sociotechniques.
Ainsi, qu'elles soient en croissance, stagnation, ou décroissance, qu'elles créent beaucoup d'emplois ou en maintiennent pendant plusieurs années, qu'elles développent de nouveaux dispositifs sociotechniques ou qu'elles sous traitent pour d'autres acteurs de leur filière, les très petites, petites et moyennes entreprises du numérique et de la création ont besoin des dispositifs de soutien public pour exister. Malgré le risque de la dépendance et les potentiels effets d'aubaine, le CIR, le CII, le CIJV, le CIC et le CIMA sont actuellement les dispositifs de soutien les plus à mêmes de répondre aux spécificités des petits acteurs du numérique et de la création dont finalement peu d'entre eux suscitent l'intérêt des acteurs bancaires, industriels, et financiers.

Enfin, une autre contribution de cette recherche doctorale concerne les changements à l'œuvre dans les secteurs du numérique et de la création, et notamment les logiques financières qui touchent également les petites entreprises. Les sept trajectoires établies montrent l'importance de la levée de fonds dans les modalités de financement et traduisent une concentration des investissements sur un très petit nombre d'entreprises. Ces trajectoires mettent également en exergue l'importance des diplômes, des écoles/ universités côtoyées et des expériences antérieures des fondateurs dans la capacité à convaincre les investisseurs et les banquiers. Le système de financement tel qu'il est pensé par les investisseurs et les guichets de financement public favorise les entrepreneurs les mieux dotés et sanctionne les fondateurs n'ayant pas suivi de formation de commerce, de finance ou d'ingénieur dans des grandes écoles. Ainsi, les fondateurs qui lèvent le plus de fonds en France dans les secteurs du numérique et de la création sont rarement issus de parcours en sciences humaines. L'autre résultat traduisant la pénétration des logiques financières concerne l'abandon progressif du financement par subventions, au profit d'un financement par levée de fonds, ou par la fiscalité. L'enveloppe allouée au CIR ne cesse d'augmenter depuis 1983 illustrant également le rôle grandissant du renouvellement technologique permanent, y compris dans les activités culturelles.

BIBLIOGRAPHIE

Andonova, Y. (2015), « Promesses et paradoxes de la référence créative », Les Enjeux de l'information et de la communication, 16(3B) : 5-15. [En ligne]. https://lesenjeux.univ-grenoblealpes.fr/2015-supplementB/00-Andonova/00-2015B-Andonova.pdf Page consultée le 14 mars 2019

Badillo, P. & Proulx, S. (2006), « Mondialisation de la communication, à la recherche du sens perdu. » Hermès, La Revue, 1(1), 47-54. https://doi.org/10.4267/2042/24008

Bacharach P. (2017), « Bernard Miège, Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication », Lectures [En ligne], Les comptes rendus

Badillo, P. (2013), « Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel. » Les Enjeux de l'information et de la communication, 1(1), 19-34. https://doi.org/10.3917/enic.014.0019

Barois, B. (2020), « Le rôle attractif des industries créatives et culturelles dans la localisation des jeunes en France. » Region et Developpement, 51, 45-64.

Battini, P. (2015), « La problématique de l'innovation en France. » Vie & sciences de l'entreprise, 200, 119-141. https://doi.org/10.3917/vse.200.0119

Belin, J., Cavaco, S. & Guille, M. (2011), « Structure financière et dépenses de R&D. » Économie & prévision, 197-198, 129-143. https://doi.org/10.3917/ecop.197.0129

Benghozi P-J, Salvador E., Simon J-P. (2015), « Looking for R&D in the creative industries » Communications & stratégies, Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe (IDATE), pp.171-181. ffhal-02123893f

Benghozi, P. J., & Salvador, E. (2015), "La R&D dans les industries culturelles et créatives. »

Bernasconi, M. & Moreau, F. (2003), « L'évolution du projet des jeunes entreprises technologiques innovantes au cours des premières années : une méthode d'appréciation du cheminement stratégique. » Revue internationale P.M.E., 16(3-4), 11–29. https://doi.org/10.7202/1008443ar

Bessière, V., & Stéphany, É. (2015), « Le Financement de l'innovation. Nouvelles perspectives théoriques et pratiques. » Bruxelles, De Boeck Université.

Blondel, F. & Gaultier-Gaillard, S. (2006), « Comment une entreprise peut-elle maîtriser les risques induits par l'innovation ? » Vie & sciences de l'entreprise, 172, 10-23. https://doi.org/10.3917/vse.172.0010

Boenisch, G. (2011), «Bouquillion P., Matthews J., « Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication. » Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en plus, 2010. *Questions de communication*, (19), 392-393.

Boissin, J., Grazzini, F. & Tarillon, C. (2019), « Une caractérisation des trajectoires de croissance des start-up au travers de leur taille et de leur mode de financement: Le cas des entreprises soutenues par le ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. » Revue de l'Entrepreneuriat, 18, 21-59. https://doi.org/10.3917/entre.182.0021

Boschin, N. (2009), « Le guide pratique du LBO : racheter une entreprise grâce à l'effet de levier. » Editions Eyrolles.

Boucher D. (2011), « Le crédit d'impôt recherche. » LexisNexis, Coll. Litec fiscal

Boulay, G. (2019), « Du financement de la ville à sa financiarisation : capitaux, régulation et espace urbain. » L'Information géographique, 83, 23-39. https://doi.org/10.3917/lig.902.0023

Bouquillion P (2002), « La culture face à l'Internet : un enjeu culturel et d'action publique » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°03/1

Bouquillion P., Miège B., Moeglin P. (2013), « L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles »

Bouquillon P, Miège B, Moeglin P, (2015), « Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°16/3B, p.17 à 26

Bouquillion P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », Réseaux, (no 131), p. 111-144.

Bouquillion, P. (2008), « La diversité culturelle. Une approche communicationnelle », Questions de communication, 13

Bouquillion, P. (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic&société [En ligne], Vol. 4

Bouquillion, P. (2012), « Mutations des industries musicales et actualité des théories des industries culturelles » In Dorin, S. (Ed.), Sound Factory. Éditions Mélanie Seteun. doi :10.4000/books.ms.1058

Bouquillion P. (dir.) (2012), « Creative Economy, Creative Industries : des notions à traduire » Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes

Bouquillion, P. (2012), « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? »

Bouquillion P. (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles ».

Bouquillion, P., Miege, B., & Moeglin P. (2014), « Déconstruire la notion de créativité : problèmes et enjeux d'une triple conversion. Injonction de créativité et création sous contrainte : parallèles entre secteur culturel et monde du travail à l'épreuve du numérique »

Bouquillion P. (2016), « Introduction au supplément – Numérique et industries culturelles, une approche communicationnelle », Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°17/3A

Bouquillion, P., & Le Corf, J. B. (2010), « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens. » Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication, Paris.

Bullich V. (2018), « Le fonctionnement ambivalent de la propriété intellectuelle dans « l'économie créative », Communication [Online], vol. 35/2

Bullich, V. & Clavier, V. (2018), « Production des données, « Production de la société ». Les Big Data et algorithmes au regard des Sciences de l'information et de la communication. » Les Enjeux de l'information et de la communication, 19(2), 5-14. https://doi.org/10.3917/enic.025.0005

Bullich, V., & Lafon, B. (2019), « Dailymotion : le devenir média d'une plateforme. Analyse d'une trajectoire sémio-économique (2005-2018). » tic&société, 13(1-2), 355-391.

Cazavan-Jeny, A. & Jeanjean, T. (2005), « Pertinence de l'inscription à l'actif des frais de R&D : une étude empirique » Comptabilité Contrôle Audit, 11, 5-21. https://doi.org/10.3917/cca.111.0005

Chantepie, P. (2010), « Révolution (s) numérique (s) des industries culturelles. » In Annales des Mines-Réalités industrielles (No. 4, pp. 34-41)

Chantepie, P. & Paris, T. (2021), « Une filière de production stable » Dans : Philippe Chantepie éd., Économie du cinéma (pp. 7-24). Paris : La Découverte. Consulté le 16/03/2022

Coeurderoy R, Per Davidsson, Albert B.R. Lwango, Gordon Murray and Stéphane Tywoniak, (2013), « L'internationalisation des jeunes entreprises de hautes technologies : Le rôle des compétences internationales des fondateurs » Finance Contrôle Stratégie [Online], 16-19

Combès Y. (2007), « Quelles perspectives possibles entre industrialisation de la formation et industries culturelles ? » Colloque AIERI, Unesco

Combès Y., Petit L. (2015), « L'émergence de la créativité dans les plates-formes numériques thématiques : une étude comparative dans les secteurs de l'éducation et du patrimoine » Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°16/3B, p.43 à 55

Damian-Gaillard, B., Rebillard, F., & Smyrnaios, N. (2009), « La production de l'information web: quelles alternatives? Une comparaison entre médias traditionnels et pure-players de l'internet » New Media and Information: convergences & divergences.

Debauge, F. (2011), « Guide pratique du crédit d'impôt recherche » Editions Eyrolles.

Debos, F. (2019), « Les chatbots, vecteur humanisant ou financier ? » Information, Communication et Humanités Numériques. Enjeux et défis pour un enrichissement épistémologique, 213.

Depret, M., Hamdouch, A., Monino, J. & Poncet, C. (2010), « Politiques d'innovation, espace régional et dynamique des territoires : un essai de caractérisation dans le contexte français » Innovations, 3(3), 85-104. https://doi.org/10.3917/inno.033.0085

Diaz, H. (2011), « Les jeunes entreprises innovantes. Marché et organisations » 13, 197-211. https://doi.org/10.3917/maorg.013.0197

Dudézert, A., Mitev, N. & Oiry, E. (2019), « Numérique et Symbolique. Systèmes d'information & management » 3-8. https://doi.org/10.3917/sim.194.0003

Dufour, D., Nasica, E., & Torre, D. (2016), « Clusters et efficacité du capital-risque : une analyse des stratégies différenciées des fonds indépendants et des fonds industriels » Revue d'économie industrielle, (154), 125-150.

Encaoua, D., Foray, D., Hatchuel, A. & Mairesse, J. (2004), « Les enjeux économiques de l'innovation : Bilan du programme CNRS » Revue d'économie politique, 114, 133-168.

Flesia, E. (2006), « Valorisation de la recherche, innovation et création d'entreprises. » Géographie, économie, société, 8, 149-158. https://doi.org/10.3166/ges.8.149-158

Garnham, N. (2005), « From cultural to creative industries, » International Journal of Cultural Policy,11:1,15 — 29

George E. (2014), « un milieu d'élaboration de connaissances dynamique » Canadian Journal of Communication, Vol 39

Gimbert, C. (2010), « Quand un nouvel entrant des industries culturelles compose avec les convergences : le multisupports à l'épreuve d'une conception industrielle » Les Enjeux de l'information et de la communication, 2010, 65-82. https://doi.org/10.3917/enic.010.0400

Giret, J. F., Perret, C., & Recotillet, I. (2007), « Le recrutement des jeunes docteurs dans le secteur privé. » Revue d'économie industrielle, (119), 85-102.

Guellec, D. (2001), « Les politiques de soutien à l'innovation technologique à l'aune de la théorie économique. » Économie & prévision, 150-151, 95-105. https://doi.org/10.3917/ecop.150.0095

Guillaume, H. (2000), « Le soutien public à l'innovation et à la recherche développement. Politiques industrielles pour l'Europe » 235-241.

Guillou, S., & Salies, E. (2015), « Le crédit d'impôt recherche en débat » Note de l'OFCE, 55.

Haouat Asli, M. (2013), « Réglementations prudentielles, crise financière : quelles conséquences pour le financement des jeunes entreprises innovantes ? » Innovations, 40, 101-123. https://doi.org/10.3917/inno.040.0101

Hayez, S. & Savel, F. (2018), « Bpifrance : entreprises et territoires » Revue d'économie financière, 132, 179-189. https://doi.org/10.3917/ecofi.132.0179

Hellec, F. (2014), « Le rapport au terrain dans une thèse CIFRE : Du désenchantement à la distanciation » Sociologies pratiques, 28, 101-109. https://doi.org/10.3917/sopr.028.0101

Homez, F., Desmet Q. (2020), « Quel avenir pour les écosystèmes des GAAM à l'heure de l'avènement du Cloud et de la 5G »

Ithurbide C., Rivron V., (2021), « Industries culturelles et plateformes numériques dans les Suds : des reconfigurations sociales et spatiales en question », Les Cahiers d'Outre-Mer [En ligne], 277.

Jourdain, A. & Naulin, S. (2011), « Héritage et transmission dans la sociologie de Pierre Bourdieu » Idées économiques et sociales, 166, 6-14. https://doi.org/10.3917/idee.166.0006

Kessler, M. (2008), « Comment financer l'innovation ? Regards croisés sur l'économie » 173-176. https://doi.org/10.3917/rce.003.0173

Kettani, G. & Villemeur, A. (2012), « Le capital-risque : un financement efficace de l'innovation sur le long terme » Revue d'économie financière, 108, 91-104. https://doi.org/10.3917/ecofi.108.0091

Le Corf, J. (2013), « Industries créatives » et « économie créative » : de la conception de notions opératoires au référentiel d'action publique locale. » Communication & langages, 1(1), 79-93. https://doi.org/10.4074/S0336150013011058

Lefevre B. (2016), « Entrepreneurs musicaux et territoires : Les clusters culturels sous l'emprise des politiques publiques et des acteurs locaux » Sciences de l'information et de la communication

Lefèvre, B. (2017), « Industries culturelles et identités territoriales. Les clusters, espaces de tensions entre action économique et objet de distinction » Les Enjeux de l'information et de la communication, 18(1), 5-20. https://doi.org/10.3917/enic.022.0005

Loudière, A. (2013), « Quel rôle pour l'État dans le système d'innovation ? » Conjoncture, INSEE.

Mairesse, J., & Mulkay, B. (2004), « Une évaluation du crédit d'impôt recherche en France (1980-1997) » Revue d'économie Politique, 114(6), 747–778. http://www.jstor.org/stable/24701956

Masure, A. (2015), « L'injonction à la créativité dans le design. Des logiciels de création innovants aux programmes inventifs. De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre: quel parallèle entre monde de l'art et monde productif? »

Miège, B. (1986), « Les logiques à l'œuvre dans les nouvelles industries culturelles » Cahiers de recherche sociologique, 4(2), 93–110. https://doi.org/10.7202/1002005ar

Millerand, F. (2008), « Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2e partie) » Commposite, 3(1), 54-73.

Mœglin P. dir. (1998), « L'Industrialisation de la formation : état de la question » Paris, Centre national de documentation pédagogique

Moeglin P. (2012), « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? »

Mœglin, P. (2015), « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité. » Communication & langages, 185, 49-66. https://doi.org/10.4074/S0336150015013058

Mouline A, (2010), « Les industries créatives à l'heure de la numérisation : une approche par les alliances en R&D dans les industries du multimédia », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

Paquienséguy, F. (2011), « Multimédia et web 2.0 : entre pratiques éditoriales et industries créatives » Les Enjeux de l'information et de la communication, 12(2), 3-10. https://doi.org/10.3917/enic.hs03.0001

Paris T (2010), « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ? », tic&société [Online], Vol. 4, n° 2

Perticoz L/ (2012), « Les industries culturelles en mutation : des modèles en question », Revue française des sciences de l'information et de la communication

Rebillard, F. & Smyrnaios, N. (2010), « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne: Les cas de google, wikio et paperblog ». Réseaux, 160-161, 163-194. https://doi.org/10.3917/res.160.0163

Retailleau, B., Gatolin, A. (2013), « Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires ». 852. Sénat.

Saemmer, A. (2015), « Réflexions sur les possibilités d'une « recherche-création » désinstrumentalisée » Hermès, La Revue, 72, 198-205. https://doi.org/10.3917/herm.072.0198

Saemmer, A. (2018), « La capture du langage humain par le capitalisme linguistique des plateformes: …et quelques tentatives d'évasion » Les Cahiers du numérique, 14, 151-172. https://doi.org/

Mchawrab S., Michel Albouy M., Kergoat M., Dubreuille S., (2015), « Les dessous de l'évaluation des entreprises high tech », Finance Contrôle Stratégie

Tremblay, G. (1990), « Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada. »

Tremblay, G. (2008), « Industries culturelles, économie créative et société de l'information. » Global Media Journal -- Canadian Edition, 1(1), 65-88.

Thuillas O., Wiart L. (2019), « Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions« , Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°20/1, 2019, p.39 à 55

Thuillas O., Wiart L. (2022), « Amazon et Google face aux pouvoirs publics dans la filière du livre : la diversité culturelle en trompe l'œil ? », Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°22/2, 2021, p.31 à 40

Verdugo, F. (2017), « Industries créatives, diversité et politiques culturelles », Revue Interventions économiques [En ligne], 57

Vincent, A. & Wunderle, M. (2012), « Les industries créatives. Dossiers du CRISP » 80, 11-90. https://doi.org/10.3917/dscrisp.080.0011

Vivant, E., & Tremblay, D. G. (2010), « L'économie créative. Revue des travaux francophones » 10(12), 1-71.

Weber M. (1918), « Essais sur la théorie de la science »

REVUES SIC

La théorie des industries culturelles : un « milieu » d'élaboration de connaissances dynamique - Canadian Journal of Communication Vol 39 (2014) 1-17 2014 Canadian Journal of Communication Corporation

https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/07-2009A-Actes-de-Douala-Miege.pdf consulté le 21/12/2021

http://www.observatoireomic.org/pdf/1110743245Bouquillion_LeyCorf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf consulté le 29/09/2020

https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf

https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/supplement-b/01-industries-du-contenu-et-industries-de-la-communication-contribution-a-une-deconstruction-de-la-notion-de-creativite/

Les Enjeux de l'information et de la communication | http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux | 2013

https://www.researchgate.net/profile/ElisaSalvador/publication/326059171_Book_review_of_the_booknote_de_lecture_de_l'ouvrage_Jeux_video_l'industrie_culturelle_du_XXIe_siecle/links/5b35dfaf4585150d23e09ac5/Book-review-of-the-book-note-de-lecture-de-louvrage-Jeux-video-lindustrie-culturelle-du-XXIe-siecle.pdf

THESES DE DOCTORAT

Benoit Perrin (2016), La sphère financière et les startups : évolutions des politiques publiques, financiarisation des jeunes entreprises et mutations des industries culturelles

Joseph Beslier (2017), Sécurité juridique et fiscalité de la recherche : contribution à l'étude de la sécurité juridique en droit fiscal français : l'exemple de la fiscalité de la recherche

Diane Saty Kouamé (2012), Les facteurs de succès ou d'échec des Jeunes Entreprises Innovantes françaises selon leurs modes de financement et de gouvernance

SITES INTERNET

Définition – Innovation, Insee Consulté le 20/12/2021, https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1182#:~:text=L'innovation%20d%C3%A9signe%20l'introduction,%C3%A9labor%C3%A9s%20par%20l'unit%C3%A9%20l%C3%A9gale.&text=l'innovation%20de%20produits%20inclut,les%20biens%20ou%20services%20num%C3%A9riques.

Joseph Schumpeter, economie.gouv.fr, consulté le 21/03/2021, https://www.economie.gouv.fr/facileco/joseph-schumpeter

Wikipedia, Crédit d'impôt recherche, consulté le 13/01/2021, https://fr.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dit_d'imp%C3%B4t_recherche

Ministère de l'enseignement supérieur et de la rechercne, enseignementsup-recherche.gouv.fr, les Cifre, consulté le 21/04/2021, https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid22130/les-cifre.html

Belarouci M., (2020), Caractéristiques des jeunes entreprises innovantes ayant recours au financement participatif : approche comparative selon les modes de levées de fonds – Revue internationale P.M.E., consulté le 28/03/2021 https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/2019-v32-n3-4-ipme05144/1067733ar/

Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre), Ministère chargé des finance, crédit d'impôt en faveur des métiers d'art, consulté le 02/03/2022, https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31461

Scribd, Manuel d'Oslo, consulté le 05/10/2021, https://fr.scribd.com/document/277117939/Manuel-d-Oslo

Bofip, BOFiP BOI-BIC-RICI-10-10-10-20, consulté le 29/03/2022, https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6486-PGP.html/identifiant=BOI-BIC-RICI-10-10-10-20-20210713

Bpifrance, Plan Touch : 1,5 milliard d'euros déployés en 2020 par Bpifrance en faveur des Industries Culturelles et Créatives, consulté le 29/03/2022, https://www.bpifrance.fr/nos-actualites/plan-touch-15-milliard-deuros-deployes-en-2020-par-bpifrance-en-faveur-des-industries-culturelles-et-creatives

OECD iLibrary, Les industries créatives dans l'économie du savoir, consulté le 23/03/2022, https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/le-tourisme-et-l-economie-creative/les-industries-creatives-dans-l-economie-du-savoir_9789264222175-4-fr

Service Public, Crédit d'impôt recherche (CIR), entreprendre.service-public.fr, consulté le 02/11/2021, https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23533

Bofip, BOFiP BOI-BIC-RICI-10-10-20-20, consulté le 02/11/2021, https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6498-PGP.html/identifiant=BOI-BIC-RICI-10-10-20-20-20210713

Inpi, Baromètre 2020 de l'OEB : stabilité pour les demandes de brevets européens – La France, 2e pays le plus innovant d'Europe, inpi.fr, consulté le 23/03/2022 https://www.inpi.fr/fr/internationales/barometre-2020-de-l-oeb-stabilite-pour-les-demandes-de-brevets-europeens-la-france-2e-pays-le-plus

Bofip, BOFiP BOI-BIC-RICI-10-10-20-20, consulté le 23/03/2022 https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6506-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-20-40-20140404

Compta-Facile, La comptabilisation du crédit d'impôt recherche (CIR), consulté le 02/11/2021, https://www.compta-facile.com/comptabilisation-du-credit-d-impot-recherche-cir/

Innovatech Conseil, Quelle est la différence entre Innovation et R&D ? - Innovatech Conseil, consulté le 05/10/2021, https://www.innovatech-conseil.fr/difference-entre-innovation-et-rd/

Légifrance, LOI n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés, consulté le 06/10/2021 https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000038203221/

Innovatech Conseil, Identifier et rédiger les verrous technologiques dans votre rapport scientifique de CIR - Innovatech Conseil, consulté le 06/10/2021, https://www.innovatech-conseil.fr/verrous-technologiques-cir/

Ooreka.fr, Capacité de financement : définition, interne et externe – Ooreka, consulté le 04/11/2021, https://comptabilite.ooreka.fr/astuce/voir/489359/capacite-de-financement

Direction générale du Trésor, Évaluation de la réforme du Crédit Impôt Recherche de 2008, consulté le 21/12/2021 https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2021/09/20/evaluation-de-la-reforme-du-credit-impot-recherche-de-2008

Insee, Aides à la R&D pour les petites entreprises − Les entreprises en France (2014), consulté le 21/12/2021
https://www.insee.fr/fr/statistiques/1372798?sommaire=1372813&q=credit+imp%C3%B4t+recherche

Wikipédia, Crédit d'impôt recherche, consulté le 21/12/2021
https://fr.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dit_d%27imp%C3%B4t_recherche#cite_note-17

Economie.gouv.fr, Votre entreprise peut-elle bénéficier du crédit d'impôt innovation ?, consulté le 26/10/2021,
https://www.economie.gouv.fr/entreprises/credit-impot-innovation

Fondation IFRAP, Pourquoi il faut garder le CIR pour le moment, consulté le 27/10/2021,
https://www.ifrap.org/education-et-culture/pourquoi-il-faut-garder-le-cir-pour-le-moment

L'état de l'Enseignement supérieur et de la Recherche en France n°10 (2017), le crédit d'impôt recherche, dispositif de soutien à la R&D des entreprises - EESR10, consulté le 19/11/2021,
https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/10/EESR10_R_31-le_credit_d_impot_recherche_dispositif_de_soutien_a_la_r_d_des_entreprises.php

Sénat, CE Réalité du détournement du crédit d'impôt recherche : compte rendu de la semaine du 4 mai 2015, consulté le 17/11/2021,
http://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20150504/ce_cir.html

Accueil Particuliers, service-public.fr, Jeune entreprise innovante ou universitaire (JEI - JEU), consulté le 21/01/2021,
https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31188

Région Île-de-France, Innov'up, consulté le 21/01/2021
https://www.iledefrance.fr/innovup

Ministère de la Culture, Les dispositifs de financement, consulté le 21/01/2022,
https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Les-dispositifs-de-financements

EBP Logiciels et solutions de gestion et de comptabilité, Licence ou Saas : Quel logiciel choisir ?, consulté le 29/06/2021
https://www.ebp.com/blog/demarrer-mon-activite/logiciels-en-mode-licence-ou-en-mode-saas-que-choisir#:~:text=En%20licence%20%3A%20l'utilisateur%20paye,co%C3%BBt%20de%20d%C3%A9part%20plus%20%C3%A9lev%C3%A9.&text=En%20SaaS%20%3A%20l'utilisateur%20paye,pour%20avoir%20acc%C3%A8s%20au%20service

bofip.impots.gouv.fr, BOFiP BOI-IS-RICI-10-47 - 09/06/2021, consulté le 01/02/2022,
https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/12957-PGP.html/identifiant%3DBOI-IS-RICI-10-47-20210609

Région Bretagne, INNO R&D · Région Bretagne, consulté le 19/07/2021, https://www.bretagne.bzh/aides/fiches/inno-rd-2/

Ministère de la Culture, Consultation publique pour une stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives, consulté le 19/11/2021, https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles/Dossiers-thematiques/Consultation-publique-pour-une-strategie-d-acceleration-des-industries-culturelles-et-creatives

vie-publique.fr, Les aides à l'innovation, consulté le 29/11/2021, https://www.vie-publique.fr/rapport/37560-les-aides-linnovation

entreprendre.service-public.fr, Jeune entreprise innovante ou universitaire (JEI - JEU), consulté le 04/02/2020 https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31188#:~:text=Pour%20obtenir%20le%20statut%20de%20JEU%2C%20l'entreprise%20doit%20r%C3%A9pondre,de%20travaux%20de%20recherche%20r%C3%A9alis%C3%A9s.

WebLex , Infos juridiques et conseils pour la gestion d'entreprise 2021 : les nouvelles mesures fiscales pour le secteur de la culture – WebLex, consulté le 01/02/2022, https://www.weblex.fr/weblex-actualite/2021-les-nouvelles-mesures-fiscales-pour-le-secteur-de-la-culture#:~:text=La%20Loi%20de%20Finances%20pour%202021%20pr%C3%A9cise%20%C3%A9galement%20que%20le,concerne%20les%20%C5%93uvres%20audiovisuelles%20documentaires.

Bpifrance Création, JEI - Jeune entreprise innovante, consulté le 06/09/2021, https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/aides-a-creation-a-reprise-dentreprise/aides-a-linnovation/jei-jeune-entreprise

economie.gouv.fr, La compétitivité, consulté le 02/02/2021, https://www.economie.gouv.fr/facileco/competitivite

Bpifrance Création, Capital risque, consulté le 02/02/2022, https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/financements/recours-a-investisseurs/capital-risque

Les Echos, Orange veut investir dans Deezer, consulté le 23/02/2022, https://www.lesechos.fr/2010/07/orange-veut-investir-dans-deezer-441893

Bourse, Xavier Niel accueille Orange au capital de Deezer, consulté le 23/02/2022, https://www.zonebourse.com/barons-bourse/Xavier-Niel-93/actualites/Xavier-Niel-accueille-Orange-au-capital-de-Deezer--13422201/

Corporate, Comment Orange répond à vos envies de divertissement, consulté le 23/02/2022 https://www.orange.com/fr/orange-et-les-contenus#:~:text=Notre%20strat%C3%A9gie%20dans%20le%20domaine,agr%C3%A9gateur%20et%20distributeur%20de%20contenus.

Le Revenu, Orange et Deezer prolongent leur partenariat, consulté le 23/02/2022, https://www.lerevenu.com/bourse/valeurs-en-vue/orange-et-deezer-prolongent-leur-partenariat

Challenges, Deezer a levé 100 millions d'euros auprès d'investisseurs dont Orange – Challenges, consulté le 23/02/2022, https://www.challenges.fr/entreprise/deezer-a-leve-100-millions-d-euros-aupres-d-investisseurs-dont-orange_43997

JUPDLC, Mediapost Communication fait l'acquisition de Marketshot, consulté le 23/02/2022, https://jai-un-pote-dans-la.com/mediapost-communication-fait-lacquisition-de-marketshot/

Newsroom Orange Groupe, consulté le 28/02/2022, https://www.orange.com/fr/newsroom/communiques/orange-digital-ventures-investit-dans-cycloid-une-plateforme-devops-qui c

usinenouvelle.com, Pourquoi Orange noue un partenariat stratégique avec Amazon dans le cloud, consulté le 28/02/2022, https://www.usinenouvelle.com/article/pourquoi-orange-noue-un-partenariat-strategique-avec-amazon-dans-le-cloud.N1032319

La Tribune, Comment Bpifrance a réalisé un bénéfice record de 1 milliard d'euros, consulté le 03/03/2022, https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/comment-bpifrance-a-realise-un-benefice-record-de-1-milliard-d-euros-812086.html#:~:text=Bpifrance%20n'est%20pas%20une,l'innovation%2C%20assurance%20export%2C

Bpifrance, Investissement, consulté le 03/03/2022, https://www.bpifrance.fr/nos-solutions/investissement

FinovUP, Aides BPI France : comprendre la limite des fonds propres, consulté le 08/03/2022, https://www.finovup.fr/blog/aides-bpi-france-comprendre-la-limite-des-fonds-propres/

Expert-Comptable en ligne, Besoin en Fonds de Roulement (BFR) : définition, calcul et analyse, consulté le 08/03/2022, https://www.l-expert-comptable.com/a/37381-qu-est-ce-que-le-besoin-en-fonds-de-roulement-bfr.html

winbids, Bourse French Tech : Le dispositif pour lancer sa startup innovante, consulté le 08/03/2022, https://www.winbids.fr/bourse-french-tech/

Rapport INSEE et DGE, Le dispositif JEI permettrait d'augmenter l'emploi salarié en R&D. – Innovation Insights, consulté le 02/12/2021, https://www.financeinnovation.fr/2021/06/10/rapport-insee-et-dge-le-dispositif-jei-permettrait-daugmenter-lemploi-salarie-en-rd/

Insee, Dispositif « jeune entreprise innovante » : un effet faible et incertain sur l'emploi des entreprises bénéficiaires - Insee Analyses – 68, consulté le 08/03/2022, https://www.insee.fr/fr/statistiques/5759583

entreprises.gouv.fr, Le crédit d'impôt innovation, consulté le 02/12/2021, https://www.entreprises.gouv.fr/fr/entrepreneuriat/aides-et-financement/credit-d-impot-innovation

bofip.impots.gouv.fr, BOFiP BOI-BIC-RICI-10-10-45-10 - 02/03/2016, consulté le 09/03/2022, https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/9077-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-10-10-45-10-20160302

Ministère de la Culture, Fonds propres Mode, luxe et beauté, consulté le 09/03/2022, https://www.culture.gouv.fr/Divers/Outils-de-financement-des-entreprises-culturelles/Mode/Fonds-propres-Mode-luxe-et-beaute

CNC, Bilan des crédits d'impôt : une nouvelle année record pour les tournages en France,consulté le 21/09/2021, https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/bilan-des-credits-dimpot--une-nouvelle-annee-record-pour-les-tournages-en-france_933631

CNC, Les SOFICA, consulté le 10/03/2022, https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica_759536

Relais Culture Europe, Le programme Europe Créative , consulté le 15/03/2022, https://relais-culture-europe.eu/fr/le-programme-europe-creative

Représentation en France, Le soutien à la recherche et l'innovation en France, consulté le 15/03/2022, https://france.representation.ec.europa.eu/strategie-et-priorites/les-politiques-cles-pour-la-france/le-soutien-la-recherche-et-linnovation-en-france_fr

Les Echos, L'efficacité du crédit d'impôt recherche validée, consulté le 15/03/2022, https://www.lesechos.fr/economie-france/budget-fiscalite/lefficacite-du-credit-dimpot-recherche-validee-996344

Sénat, Le sénateur Michel Berson propose une refonte du crédit d'impôt recherche – Sénat, consulté le 09/03/2022, https://www.senat.fr/presse/cp20120719.html

Etat de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation , le crédit d'impôt recherche, dispositif de soutien à la R&D des entreprises - en France n°15, consulté le 15/03/2022, https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T268/le_credit_d_impot_recherche_dispositif_de_soutien_a_la_r_d_des_entreprises/#:~:text=Pr%C3%A8s%20de%2015%20700%20entreprises,cr%C3%A9ance%20(graphique%2048.03a).

CNC, SOFICA : 71 M€ pour la création indépendante en 2022, consulté le 16/03/2022, https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/sofica--71-m-pour-la-creation-independante-en-2022-11-m-de-plus-quen-2021_1601992

AFD - Agence Française de Développement, Industries culturelles et créatives, consulté le 21/03/2022, https://www.afd.fr/fr/page-thematique-axe/industries-culturelles-et-creatives

les-aides.fr, Prêt Touch, consulté le 21/03/2022, https://les-aides.fr/aide/RSCf3w/bpifrance/pret-aux-industries-creatives.html

France Inter, Crédit Impôt recherche : une niche fiscale hors de contrôle, consulté le 20/09/2021, https://www.franceinter.fr/sciences/credit-impot-recherche-une-niche-fiscale-hors-de-controle

France Inter, Crédit Impôt Recherche : petit paradis fiscal français, consulté le 18/03/2022, https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-enquete-de-secrets-d-info/credit-impot-recherche-petit-paradis-fiscal-francais-8616660

RAPPORTS/ ETUDES AU FORMAT PDF ET DISPONIBLES EN LIGNE :

Commission nationale d'évaluation des politiques d'innovation (2021),Évaluation du Crédit d'impôt recherche - Avis de la CNEPI 2021, consulté le 23/03/2022, https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf

Researchgate, Sicsic M. (2019), L'effet des aides à la R&D sur l'emploi : une évaluation pour les petites entreprises en France, consulté le 02/11/2021, https://www.researchgate.net/profile/MichaelSicsic/publication/330534606_L'effet_des_aides_a_la_RD_sur_l'emploi_une_evaluation_pour_les_petites_entreprises_en_France/links/5c46de54a6fdccd6b5bf2c89/Leffet-des-aides-a-la-R-D-sur-lemploi-une-evaluation-pour-les-petites-entreprises-en-France.pdf

Strategie.gouv, Rapport de la CNEPI, consulté le 23/03/2022, https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-2021-rapport-cnepi-cir-juin.pdf

IFCIC, fiche présentation, consulté le 10/12/2021, http://www.ifcic.fr/images/documents/ifcic-presentation.pdf

Farchy et Moreau (2016), mission ministère de la culture et de la communication, consulté le 20/12/2021 http://la-rem.eu/wp-content/uploads/2017/03/Economie-nume%CC%81rique-financement-de-la-cre%CC%81ation.pdf

Entreprises.gouv (2019), Évaluation du dispositif Jeune entreprise innovante (JEI) Rapport intermédiaire, consulté le 02/11/2021,
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf

Direction générale des entreprises, rapport de synthèse sur l'innovation et la R&D dans l'industrie française du jeu vidéo (2007), consulté le 01/07/2021,
https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/074000239.pdf

Lopez J., Mairesse J. (2018), Rapport sur les impacts du CIR sur les principaux indicateurs d'innovation des enquêtes CIS et la productivité des entreprises, consulté le 27/10/2021,
https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/lopez_et_mairesse_rapport_final_14122018.pdf

Enseignement supérieur et recherche, note d'information sur la situation des docteurs sur le marché du travail, consulté le 26/01/2021
https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2017/20/7/NI_17.03_-_Docteurs_sur_le_marche_du_travail_716207.pdf

Brunel S., Lenoir C., Quantin S. Évaluation du dispositif Jeune entreprise innovante (JEI) Rapport intermédiaire, consulté le 02/12/2021,
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/en-pratique/etudes-et-statistiques/etudes/evaluation-dispositif-jei-rapport-intermediaire-octobre-2019.pdf

MESRI, Le crédit d'impôt recherche en 2019, consulté le 02/12/2021,
https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/sites/default/files/content_migration/document/CIR2019prov_en_ligne_1417001.pdf

ANNEXES

Annexe 1 :

Interview du 01/03/2021 menée avec Monsieur R, chargé d'investissements au sein du fonds R. Echange qui a duré 117 minutes, réalisé via ZOOM, et enregistré à l'aide d'un téléphone pour faciliter la retranscription. Mes questions sont rédigées en ORANGE, les réponses de l'interrogé en noir.

Bonjour Monsieur R, merci pour cet entretien et le temps pris pour répondre à mes questions, avant de commencer pouvez-vous, s'il vous plaît vous présenter ?

Monsieur R, je suis Principal dans l'équipe investissement du fonds R.
J'ai rejoint le fonds mi 2018, donc cela fait presque 3 ans. Avant cela je travaillais dans un cabinet d'audit et de conseil, dans une équipe qui faisait essentiellement des missions de services financiers pour le compte de banques et de sociétés d'assurance ou de fonds d'investissement.
Le milieu du VC est compliqué à percer quand on n'a pas un parcours avec des expériences en VC, mais il faut bien commencer à la trouver. Donc si on n'a pas un profil type M&A, ou start up c'est pas évident donc moi j'ai réussi à le rejoindre sous l'angle d'un corporate VC d'un assureur, puisque cela me permettait de mettre en avant ma connaissance des enjeux financiers propres à l'assurance, qui au final me sert assez peu parce que désormais, cela fait le lien avec la thèse d'investissement : on a un positionnement qui ressemble de plus en plus à un fonds VC traditionnel, on n'est plus dans une recherche systématique de synergies entre les activités des start up que l'on soutient et les activités de l'entreprise R . A la création du fonds en 2015, il était vraiment voué à soutenir la stratégie de l'entreprise R, et donc les prises de participations dans les start up étaient quasi systématiquement assorties de partenariats avec ces start up, partenariats qui pouvaient prendre 3 formes :
• pour les start up avec un business BtoC classique, qui s'adressent à une cible de clients assez proches des clients de l'entreprise R, et bien l'entreprise pouvait prescrire le service de la start up auprès de ses clients, on n'était quelque part "apporteur d'affaires" pour ces start-up.
• Pour des start up plutôt BtoB avec un USECASE à destination des assureurs, l'entreprise R pouvait intervenir en tant que client des start-up en question et donc générer des revenus pour la start up en question, et quelque part utiliser la technologie de la start up pour fluidifier son organisation et ses process internes.
• Pour des start up type MARKETPLACE (échange de biens, de services) typiquement ***l'entreprise S*** qui est un réseau d'entre aide entre voisins, donc on est vraiment sur ce type de boîtes qu'on appelle des MARKETPLACE. Il peut aussi y avoir des enjeux d'assurance.

Donc ça c'était le positionnement de l'entreprise R de 2015 à 2019, et le constat c'est que c'est pas toujours simple et évident de matérialiser ces synergies. Donc le positionnement actuel c'est d'investir dans des boîtes du SEED à la Série B. Le SEED c'est la première levée de fonds dans laquelle entrent des investisseurs externes. On peut arriver à partir de ce stade jusqu'à la Série B - stade où l'entreprise n'est pas loin de la rentabilité mais souhaite ré accélérer pour diversifier son offre de service de produits, attaquer de nouveaux marchés, structurer ses équipes et passer un cap.
Quand on investit on met un premier ticket d'investissement entre 500K et 5 millions selon le niveau de maturité, et on se laisse la possibilité de monter jusqu'à 15 Millions d'euros maximum par start up. Une fois que l'on a investi dans une entreprise au tout début et que l'on s'aperçoit qu'elle tient ses promesses, que le développement est au niveau des attentes, on a envie de se renforcer au capital.

Notre stratégie c'est d'entrer à un stade de maturité relativement intermédiaire mais derrière de pouvoir accompagner sur la durée les boîtes qui sont les plus prometteuses.

Comment s'articule le fonds R dans l'entreprise R: quelle est la place du fonds par rapport à l'antériorité de l'entreprise ? d'où est venue l'idée de créer un fonds au sein d'un assureur?

Le fonds a été créé en 2015 et il part de la volonté du groupe de pouvoir se confronter aux nouveaux usages et aux nouveaux business models digitaux. Pour notamment acculturer ses équipes à ses nouvelles pratiques, en tirer profit pour essayer d'infuser au sein des équipes des process, de meilleures pratiques.
Un budget assez conséquent de 125 Millions d'euros à la création a été loué au fonds. Cette enveloppe a été complètement allouée en 3 ans, donc en 2018 elle a été renouvelée à l'identique, ce qui porte à 250 Millions d'euros la capacité d'investissement total du fonds. Initialement, on recherchait des synergies avec des activités de l'entreprise R, et bien évidemment on attendait un retour sur investissement. Le fonds était un levier d'acculturation des équipes aux nouveaux usages digitaux. L'investissement dans les start up est une stratégie d'investissement à part entière au même titre que l'entreprise R investit par ailleurs sur les marchés cotés. Mais c'est aussi une tendance de marché que l'on observait, la plupart des assureurs se sont dotés d'un fonds de corporate venture (VC), l'entreprise R a été une des premières à le faire mais désormais c'est monnaie courante.
La relation avec l'entreprise R : c'est notre actionnaire unique. C'est eux qui ont investis les 250 M, c'est le seul actionnaire auquel on rend des comptes. Contrairement aux fonds d'investissement classiques, qui ont une multitude d'actionnaires. On a un comité d'investissement quand on a rencontré un entrepreneur, on a commencé à se bâtir une conviction et on pressent que c'est intéressant d'investir dans cette boîte, on va présenter le dirigeant de la start up devant le COMEX.

Que représente le fonds par rapport au CA de l'entreprise R en % ?

Alors cela ne s'analyse pas comme ça. En fait, les cycles d'investissement dans les start up sont sur un horizon de 4 ou 5 ans en moyenne. Tu investis dans des sociétés, comme on en parlait tout à l'heure, tu investis une première fois, 18 ou 24 mois après la société va lever des fonds de nouveau, tu vas encore participer, ce n'est qu'au bout de la 4ème ou 5ème année que tu vas vendre tes parts parce que l'entreprise aura été rachetée par un concurrent ou un industriel. On ne communique pas sur le montant des sorties et sur la performance que ca permet de générer mais du coup sur ta question sur le CA, on parle pas vraiment de CA, mais plutôt d'un multiple de retour sur investissement. L'idée c'est que quand on aura totalement déployés les 250 M d'euros, on retrouve 1.5 fois notre mise, 2 fois, 3 fois, cela dépend de ce que nous réserve l'avenir mais du coup on résonnera plus en multiples de retours sur le fonds que en CA.

Vos interventions se font uniquement en co-investissement ou vous pouvez intervenir seuls ?

On peut faire les deux. Quand le positionnement du fonds a été revu à partir de 2019-2020, et qu'on a décidé de repositionner le curseur sur des levées de fonds un peu plus avancées au niveau de la maturité de la boîte, on fait beaucoup de séries A, séries B, et un petit peu moins d'amorçage, du coup sur une levée en Série A qui va faire 3-4 millions ou une série B qui va faire 7-10 millions, on n'investit pas la totalité du tour de table mais on est souvent en lead. On met un ticket significatif, et c'est nous qui sommes en front pour négocier les conditions

financières et juridiques de l'opération, mais on s'entoure de co-investisseurs la plupart du temps. Sur des tours de seed, quand la société est encore assez peu mature et qu'elle lève 1 ou 2 millions d'euros, ça peut nous arriver de prendre l'ensemble du tour de table et d'être du coup le seul investisseur financier sur cette levée. Mais ce n'est pas la majorité des cas.

On en vient à la question centrale : les conditions d'investissement, quelles sont-elles ? Quels montants en fonction de la maturité du projet ou d'autres facteurs entrent en compte ? Et surtout, est-ce que ces critères évoluent en fonction de divers facteurs ?

Il y a plusieurs composantes de ce que l'on appelle la thèse d'investissement sur un dossier, c'est pourquoi on investit, qu'elle est le rationnel derrière, et comment on investit ? Les différents piliers de la thèse d'investissement sont : l'équipe dirigeante (les fondateurs et les TOP Managers), ça c'est vraiment crucial parce que ce sont eux qui vont piloter la boîte et qui vont l'emmener là où on espère qu'elle ira. C'est d'autant plus crucial quand la société est très jeune et qu'on a assez peu de recul sur la performance commerciale, on a assez peu de chiffres. Dans ce cas là, on a deux éléments que l'on peut essayer d'objectiver : les qualités intrinsèques et la complémentarité des co-fondateurs, et le produit. Qu'est ce que vaut le produit, même si pour juger ce qu'il vaut, le meilleur arbitre c'est quand même le marché, voir un peu qui sont les clients, combien de revenus ils arrivent à générer ? Donc on rencontre toujours les dirigeants, on échange avec eux plusieurs fois, et on se fait une conviction sur l'ambition qui les anime, sur la complémentarité et la compatibilité des personnalités. Et ensuite, sur le reste, on essaie de prendre du recul au maximum sur les chiffres de la start up, c'est aussi pour ça qu'on s'est repositionnés sur des levées en Série A, Série B, car on aime bien pouvoir objectiver ce que l'on appelle la traction commerciale (dynamique de croissance du chiffre d'affaires de la start up) en pouvant analyser les nouveaux clients qui ont signé, l'évolution du panier moyen, combien ça leur coûte d'acquérir un client, et en parallèle combien il va rapporter sur sa durée de vie. il y a toute une composante analyse des KPI de la start up qui est cruciale. Analyse du marché : essayer de comprendre quels sont les DRIVERS du marché qu'adresse la start up, quelles sont les forces en présence, est ce qu'il y a déjà plusieurs acteurs qui font la même chose, qui le font peut-être mieux et depuis plus longtemps, on se dit que ça va être compliqué de réussir vu les concurrents déjà installés.
Donc on regarde tous ces éléments : l'équipe, la performance commerciale, le marché, s'il y a une composante technologique c'est souvent le cas au coeur de la proposition de valeur de la start up, on challenge les barrières à l'entrée technologiques bâties par la start-up sur son marché. On peut faire des audits en interne avec un expert qui pourrait nous accorder du temps, ou avec une boîte externe qui pourrait nous conseiller et nous faire une recommandation sur les barrières à l'entrée technologique, et les facteurs clés de la solution par rapport à certains concurrents notamment.

Une boîte qui va être éligible au statut de Jeune Entreprise Innovante, qui fait du Crédit d'Impôt recherche, va-t-elle susciter davantage votre intérêt qu'une start up qui n'en fait pas ?

Pas nécessairement, derrière on va comprendre pourquoi et comment elle obtient le statut JEI. On va s'intéresser aux chiffres du bilan pour comprendre la propriété intellectuelle qui a été développée par les budgets de R&D alloués. La plupart des sociétés réussissent à qualifier la dimension innovante de ce qu'elles produisent pour pouvoir être éligibles au statut JEI. On n'en fait pas un critère en tant que tel, parce que sinon on investirait dans toutes les boîtes. Mais on essaie de comprendre ce qu'il y a derrière et ça permet de comprendre certaines barrières technologiques. Une fois que la société cherche à lever, on va essayer de comprendre qu'elle

serait l'allocation des fonds, pourquoi elle lève, est-ce que c'est pour recruter, est ce que c'est pour investir massivement pour renforcer sa techno, est ce que c'est parce qu'elle veut structurer sa stratégie commerciale, donc elle aurait besoin de fédérer un réseau d'apporteurs d'affaires, de recruter sur les aspects business développement, key account manager et compagnie. Est-ce que c'est pour faire de l'investissement marketing ? Les entreprises qui font de l'acquisition digitale, elles allouent des budgets assez importants à l'acquisition en ligne, l'achat de mots clés, Google Adwords etc. Donc voilà, on essaie de se poser toutes ces questions avant d'investir. ***Si la stratégie du fonds ne correspond pas à la stratégie du ou des fondateurs, et qu'il y a une vraie divergence stratégique, comment cela se passe ?***

Si la divergence stratégique est très forte, ça pourrait être un motif pour arrêter les échanges et ne pas poursuivre l'instruction du dossier. Après, globalement les dirigeants de start up sont quand même les plus à même de pouvoir juger de ce qui est opportun sur leur segment de marché. Nous on est un fonds multi sectoriel donc on a une légitimité sur les différents secteurs d'activités sur lesquels on a déjà instruit des dossiers et sur lesquels on a commencé à développer une spécialisation, mais généralement on ne se positionne pas en opposition totale avec un dirigeant sur sa road map stratégique. On attend de lui qu'il nous donne des arguments qui soient convaincants et après dans notre travail d'analyse du business plan, on va souvent challenger les hypothèses qui sont retenues. On essaie d'être dans une démarche constructive mais pas en opposition car c'est quand même eux qui sont les plus légitimes pour définir le cap à suivre et ça me fait penser d'ailleurs dans les critères, à quel point un dirigeant va être sensible à l'écoute, à la critique et des points de vue divergents. Ça c'est fondamental car dans les boîtes dans lesquelles on investit on est board member, donc on présente l'entreprise R dans la gouvernance de la start-up et on est vraiment partie prenante de toutes les réflexions stratégiques, organisationnelles et financières. C'est aussi pour ça que les entrepreneurs nous accueillent dans leur capital, pour se reposer sur nous, sur notre expertise et avoir notre feedback sur ces sujets-là. Si on sent que le dirigeant est buté, il n'en fait qu'à sa tête, pour nous ce n'est pas constructif ni intéressant, il y a même un risque d'avoir un dirigeant qui au final ne tient pas compte de son board et prend les décisions qui lui chantent.

A quel point la valorisation de l'entreprise est un facteur décisif de décision et la prise de participation dans un projet ? Vous refaites une valorisation pour valider celle des fondateurs ?

Généralement sur les entreprises les plus courtisées par les investisseurs c'est les investisseurs par leur appétit qui vont faire la valorisation. Généralement sur une levée de fonds, quel que soit le montant, les fondateurs sont prêts à être dilués entre 20 et 35%. Je parle ici du pourcentage de capital qui va être souscrit par les investisseurs qui arrivent. Si la société lève, mettons, 2 millions d'euros et les dirigeants sont prêts à se diluer de 25% moyennant ces 2 millions d'euros, ça veut dire qu'une fois que les investisseurs auront investi 2 millions, la société vaudra 8 millions. Avant la levée, l'entreprise vaut donc 6 millions. Généralement les entrepreneurs réfléchissent comme ça. Ils sont conscients du sacrifice financier que cela représente pour eux de lancer une boîte, un entrepreneur ne va pas avoir envie de cranter une petite valo sur son tour de table donc il va chercher à lever un montant qui sera suffisant pour qu'en faisant se rétro calcul, il obtienne une valo pré ou post monnaie qui soit quand même intéressante en affichage, qui lui convient, et lui permette de se projeter. Qu'il puisse se dire "j'ai ouvert mon K à des investisseurs, qui maintenant détiennent 25%, ils ont mis 2 millions d'euros, ça veut dire que post investissement, la boîte vaut 8". C'est gratifiant pour lui, il se dit que maintenant qu'elle vaut 8, quand il va relever des fonds dans 24 mois, elle vaudra peut-être 30. Il y a des approches de valorisation qui sont répandues où on va par exemple, selon les

secteurs d'activité ou les business model, on peut appliquer certains multiples aux revenus de l'entreprise. Par exemple les revenus récurrents sur les business model par abonnement (l'ARR : le revenu récurrent annuel ou le MRR : revenu récurrent mensuel) ; selon le secteur d'activité il va y avoir des multiples d'ARR ou MRR qui sont assez market practices et permettent d'avoir une fourchette pour estimer ce que l'on va considérer comme un prix raisonnable pour valoriser l'entreprise. Tu vas aussi regarder les valos des sociétés concurrentes. Un concurrent qui a levé a peu près autant sur un niveau de maturité équivalent, tu vas dire que du coup que cela semble être un bon benchmark avec un prix juste. A l'inverse si tu as un concurrent qui a levé deux fois plus à un niveau de maturité équivalent, il faut probablement revoir son offre sur la start up en question. C'est une approche par multiple de certains agrégats financiers en comparaison avec d'autres levées de fonds et in fine, c'est quand même le marché et le matching entre l'offre et la demande qui permet de cristalliser un prix.

Entre deux tours, la valo peut-elle considérablement baisser ou augmenter ?

Nous ce qu'on espère c'est qu'elle augmente. Toujours pareil, la société lève une première fois en SEED par exemple 1 million d'euros sur une base de 4 millions donc post investissement, elle valait 4 millions, les investisseurs ont mis un million donc elle vaut 5. 18 mois plus tard, elle va relever des fonds, elle a besoin de 3 millions en Série A pour développer son produit pour structurer ses équipes commerciales et admettons attaquer un développement à l'international, bah là si elle a besoin de 3 millions… Nous c'est ce qu'on cherche en tant qu'investisseur, c'est que la valo d'un tour de table à l'autre s'accroisse le plus possible parce que derrière c'est ce qui nous permet de s'attendre à un retour sur investissement important le jour où on cédera nos parts. Après cela arrive que des sociétés se refinancent dans des conditions dites "défensives". Là, il y a deux cas de figures : si les investisseurs estiment qu'il n'y a vraiment aucune issue positive, que les concurrents ont complètement tué le marché, que la boîte pour une raison ou une autre n'a pas la stature pour repartir bah on ne réinvestit pas. Ce sont des arbitrages qui sont difficiles à faire mais c'est le quotidien des investisseurs. Mais si à l'inverse on estime que c'est conjoncturel, que le COVID est passé par là, que pas mal de prospects se sont volatilisés mais qu'on peut s'imaginer que la boîte réussira à bien redensifier son Pipe commercial une fois que le covid ce sera tassé, bah là on peut refinancer la boîte soit à la même valo que le tour précédent, soit à une valo légèrement inférieure mais ça arrive assez rarement et c'est jamais très bon signe… C'est le type d'opération sur lesquelles on ne va certainement pas communiquer car ça donnerait au marché un signal que la boîte ne va pas bien, qu'elle a connu un échec.

Quel est votre rôle et votre implication dans le développement de la boîte ? à quel moment intervenez- vous, sous quelle forme ? Toujours en minoritaires ou quelquefois en majoritaires ?

Alors on est toujours minoritaire, mais on est un minoritaire de référence. Nous on vise entre 10 et 25% du capital à peu près des boîtes dans lesquelles on investit. 25% ça veut dire que l'on va souscrire à la quasi-totalité du tour.
Dans tous les cas on est entre 10 et 25%, c'est un pourcentage suffisant pour prétendre à une place en board. En fait, on est dans l'instance de gouvernance de la start up qui est composée des co-fondateurs, et des représentants des principaux actionnaires. Donc ces board se tiennent, ça dépend, une fois par mois, une fois tous les deux mois ou par trimestre, et ils permettent de voter les grandes décisions stratégiques. A cette occasion on est consulté sur les principales prises de décisions, que ce soit sur l'évolution des produits, la stratégie commerciale, l'internationalisation, les recrutements… on a un droit de vote en tant que représentant de

l'investisseur au sein de l'organe de gouvernance. Au-delà du fait de se prononcer positivement ou négativement sur un vote, les dirigeants de la start up comptent sur leur board pour pouvoir les challenger, leur faire un retour d'expérience, les accompagner sur certains sujets. Typiquement, nous en tant qu'investisseurs, nous on va pouvoir avoir des feed back sur le reporting ou le pilotage financier de la société. Si on a fait plusieurs deals (insurtech par exemple), on va avoir une connaissance sur l'écosystème insurtech et des enjeux dont on pourra faire bénéficier les entrepreneurs que l'on accompagne. Donc on a vraiment un rôle d'actionnaire minoritaire, parce qu'on n'a jamais plus de 25-30% comme je te l'ai dit. Mais, on est actif, on est pro actif, dans l'accompagnement dans l'accompagnement du portefeuille start up. On a une stratégie d'accompagnement tout au long de la durée de détention de nos start up et dont le point d'orgue c'est les 100 premiers jours d'un investissement, quand on en rentre au capital d'une boîte, on a identifié pendant les discussions tout au long des négociations avec l'entrepreneur, les principales problématiques qu'il adresse et il faut qu'il arrive à adresser derrière pour lever des freins et pouvoir atteindre ses ambitions. Les audits que l'on fait au moment de l'entrée au capital permettent de mettre la lumière sur certaines problématiques et gros enjeux pour la start up et donc nous on a un budget qu'on alloue à chacun de nos investissements et qui peut derrière permettre de prendre une mission de conseil, de prendre un expert sectoriel sur un sujet précis qu'il va accompagner ou coacher le dirigeant de la start up et lui permettre de pouvoir le plus efficacement possible adresser une ou deux des problématiques vraiment prégnantes au moment où on arrive au capital de la société. Cela permet de lancer la collaboration avec la start up de la meilleure des manières en montrant que l'on contribue un peu à l'effort de guerre et en cherchant à créer de la valeur en améliorant et en renforçant la start up sur certaines de ses faiblesses. Après, sur le reste de la durée de vie de notre investissement, on a des reporting qui nous sont envoyés généralement tous les mois avec les principaux indicateurs de performance de la start up, avec les principaux évènements de contexte, avec par exemple, le pipe commercial un peu à jour et un peu les news importantes, s'il y a des recrutements, des sorties produit, ce genre de chose. On a de l'info descendante qui nous est transmise régulièrement. Nous même, sommes sollicités - les dirigeants ont nos numéros de téléphone et inversement- et on va s'appeler dès qu'on a une question, un conseil, une recommandation, et après on organise parfois des ateliers sur certaines thématiques. Nous sommes en train de mettre en place des ateliers à une fréquence qui reste à définir autour de certains sujets qui restent assez récurrents chez des entrepreneurs de notre portefeuille. Sur l'acquisition digitale, sur comment construire une stratégie de marque qui soit efficace, comment mieux recruter ses cadres clés,sur tous ces sujets là on peut nous mobiliser des consultants, des personnes externes pour venir épauler nos entrepreneurs. Voilà un peu les différentes facettes que revêt notre accompagnement.

Pour parler de la stratégie d'investissement du fonds R, tu as parlé tout à l'heure de multi secteurs, mais y a-t-il une stratégie définie ? Des activités/ secteurs sont-ils bannis directement de votre scope d'investissement ?

Si on parle bien du fonds R, qui investit dans les start up, et pas de l'entreprise R qui investit sur des marchés financiers, d'une manière générale, on se définit comme un fonds multi sectoriels. Le champ est assez large, mais avec un focus quand même spécifique sur les thématiques fintech, assurtech, là on est proche du corps de métier de l'entreprise R, donc forcément des sujets que l'on regarde. Les sujets liés à l'éducation ou à la formation, et plus largement les sujets RH nous intéresse. On regarde beaucoup les outils qui permettent de fluidifier les process au sein des organisations et d'améliorer l'allocation des ressources et de libérer les salariés en automatisant certaines tâches. Typiquement, les logiciels d'aide juridique, d'aide comptable, les outils de suivi de la trésorerie, ce genre d'outils par exemple font partie

de ce que l'on regarde. Les sujets liés à la mobilité, ce que l'on appelle la SMART CITY : la manière dont les villes se réinventent pour ancrer les nouveaux usages en leur sein, ça on regarde aussi de près. On regarde les sujets économies circulaires parce que l'entreprise R est société à mission et nous on est ce que l'on appelle un "fonds à mission", c'est à dire que l'on a une mission qui nous anime et nous sert de ligne directrice dans le choix de nos investissements. Cette mission c'est de soutenir les boîtes qui cherchent à avoir un impact environnemental et social positif et donc qui sont un peu plus vertueuses dans la façon dont elles envisagent leur business model. Mais pour autant il ne faut pas que cette recherche d'impact positif se fasse au détriment d'une performance économique à terme. On ne soutient pas des projets purement à impact mais à but non lucratif.

C'est quoi cette mission dont tu parlais ? Une mission confiée par qui ?

En fait, le fait que les boîtes puissent se doter comme ça d'une mission c'est une disposition prévue par la loi PACTE, tu pourras te renseigner. ET qui du coup introduit la notion de "société à mission" et concrètement ça implique que la société, dans ses statuts, va se doter d'une mission. C'est une inscription statutaire donc une fois qu'on a défini sa mission il faut qu'on s'y tienne et qu'on n'y déroge pas. Donc derrière il y a un comité de suivi de la mission qui a été constitué et qui sert de garde-fou et qui va challenger l'équipe d'investissement pour s'assurer que chaque grande décision stratégique prise par la société, et donc nous en l'occurrence, le fonds, soit bien en cohérence avec la mission qu'on s'est fixé. Tu peux trouver les infos sur notre site :
• *Soutenir le développement de produits et services innovants qui présentent une réelle utilité pour les personnes ;*
• *Accompagner la progression de l'impact social et environnemental positif des entreprises de son portefeuille ;*
• *Rechercher le meilleur alignement des intérêts de l'ensemble des parties prenantes ;*
• *Chercher à démontrer le lien positif entre recherche d'impact social et environnemental et performance économique."*

Cette mission est un peu la transcription de la mission de l'entreprise R, appliquée aux start up.

Mais alors juste petite question, tu me parles d'une ou deux boîtes, mais c'est indirectement dans les ICC, si je dis mal les choses, c'est parce que vous ne considérez pas les industries culturelles comme des projets rentables ?

Je pense que c'est parce que les perspectives de retour sur investissement sur ce genre de projets ne sont pas suffisantes pour répondre aux critères des fonds de Venture Capital. Pour faire le lien avec ce que je disais tout à l'heure, quand on investit dans des start up, forcément, il y a un manque d'informations globales, on ne peut pas être convaincus que l'entreprise va faire un carton dans 5 ans. La composante risque est au cœur de la décision. Si on est une entreprise avec un business model sur laquelle on envisage une rentabilité à terme, un marché à la fois sur lesquels on estime qu'il y a de la place à prendre et des concurrents qui sont challengeables et en valeur absolue un nombre de clients et derrière un budget qu'est prêt à allouer chaque client qui permet de cibler des objectifs de CA et de parts de marché qui sont intéressants, le dossier peut rentrer dans la thèse. Mais un projet qui mettrait vraiment la culture et la mission culturelle avant même l'objectif de création de valeur financière et de création de valeur pour un investisseur ne pourrait pas rentrer dans les clous de notre stratégie, car il y a un objectif de mettre à l'équilibre son portefeuille et de créer de la valeur.

Par exemple, pour toi DEEZER n'a pas une activité culturelle ?

Typiquement DEEZER, on a un business model par abonnement, avec une bonne récurrence des revenus - qui est quelques chose que les investisseurs en venture capital ciblent particulièrement - on a un marché de l'écoute de musique en ligne qui s'est profondément mué, avec une adoption massive de ce type de plateformes, donc le marché est énorme. Après il y a des enjeux d'acquisitions clients en BtoC, il y a une concurrence avec des SPOTIFY, APPLE, etc. Mais si, typiquement ce genre de boîte entre dans les codes de ce qu'aiment bien soutenir les fonds VC. Après je ne sais pas, une entreprise plutôt éditoriale qui produirait du contenu culturel, qui serait acheté à la demande, avec peu de récurrence sur les revenus, beaucoup de ressources impliquées en interne sur la création et l'actualisation de contenus, là on serait un business model qui serait moins convaincant pour un VC.

Pour bien comprendre la stratégie du fonds R, comment vous vous positionnez sur la maturité et le développement des projets par rapport à des acteurs comme JAINA, ou KIMA VENTURES qui investissent massivement dans les industries de la culture et de la communication ?

Bon déjà on n'investit pas au même stade que des KIMA ou des JAINA. Eux investissent beaucoup au tout début des projets, ils font de l'investissement en SEED, voire même pré SEED donc ils vont mettre quelques centaines de K euros ou même parfois quelques dizaines mais avec des perspectives de retour sur investissement. Quand tu rentres au moment où l'entreprise vaut très très peu parce que c'est sa première levée de fonds, potentiellement, tu peux ésperer faire 10 ou même 15 fois ta mise, et du coup tu démultiplies le risque de ton portefeuille dans pleins de petits investissements et la tu peux te permettre d'avoir un scope qui soit un peu plus large et d'explorer des thématiques qui sont un peu moins dans les codes de ce qu'aiment bien faire les VC car derrière en valeur absolue tu as investi 50 ou 100 000 euros. Sur un tour de table de 3 millions, dans lequel tu envisages de mettre 1 million, tu es quand même plus exigeant sur les fondamentaux du business model, les perspectives de croissance. Eux tout se joue sur la levée de pré seed et le tour de seed, au maximum ils vont mettre 500 000€ dans l'entreprise mais derrière ils n'ont pas la capacité de mettre de très gros montants sur des entreprise et de se renforcer sur les levées de fonds successives. Eux ont un portefeuille qui est hyper atomisé, avec énormément de boîtes dans lesquelles ils ont des petites participations, donc ils peuvent se permettre de prendre plus de risque, c'est moins évident pour des investisseurs positionnés un peu après dans la chaîne de financement qui ont moins de souplesse.

Comment vous abordez le rapport au risque et le rapport à l'incertitude qui sont des convictions récurrentes du discours des business angels comme Xavier Niel ? Que penses-tu du financement du capital risque en France ?

L'écosystème de fonds qui s'est structuré il y a quelques années, on a plusieurs fonds positionnés sur le early stage, des fonds de série A - série B comme nous, par exemple, il y a un peu moins de fonds de growth capital, qui interviennent une fois que l'entreprise s'est bien développée. Ceux sont les fonds qui prennent le relais pour le dernier step de développement, qui rentrent sur des valos déjà très élevées. Il y a encore potentiellement de la valeur à créer si on réinvestit à fond. Il y a des fonds qui se positionnent sur le growth, mais il y en a moins ce qui est compliqué en France, c'est qu'on a moins d'exit qu'aux Etats Unis car sur le marché français il y a moins d'acteurs capables d'investir des sommes aussi importantes. Les perspectives de rachat en France sont assez limitées. Les perspectives de très gros rachats

impliquent du coup que la boîte s'internationalise et de faire rentrer dans la course des gros fonds de growth étrangers ou des gros acteurs industriels, parce qu'on n'a peut-être pas le maillage d'entreprises ou de fonds qui derrière permettent aux entrepreneurs de vendre leur boîte à des montants importants. Mais pour toutes les étapes de financement en amont, du early stage à la série B, on a quand même un écosystème de fonds super dense. Il y a une séléction par le haut forcément, les capitaux se concentrent beaucoup sur les plus belles boîtes mais je ne pense pas qu'il y ait de problèmes particuliers de financement en France. On a aussi un cadre réglementaire qui est super protecteur, avec toutes les mesures d'accompagnement, on a BPI France qui joue un rôle clé dans le financement des start up, on a toutes les mesures d'accompagnement pendant la période COVID qui ont permis à pleins de boîtes d'éviter de mettre la clé sous la porte.

Le risque majeur, pour toi, il est pris par ces fonds en capital risque ? Ou est-ce que le fonds R par exemple, prend aussi un risque très important ?

Plus tu investis tôt dans la start up, plus tu prends de risque, dans l'absolu. Donc c'est ceux qui investissent le plus tôt qui prennent le plus de risque, mais du coup tu analyses le couple risque-rendement : plus tu prends de risque en investissant tôt, potentiellement plus tu peux viser de rendement. Alors que si tu investis vers la fin du cycle de financement, par exemple en série B, tu es bien content si tu fais deux ou fois trois. Tu pourras difficilement faire fois 15 en série B. Mais dans l'absolu faire fois 3 quand tu as mis 5 millions, en valeur tu as créé 10 millions ce qui est colossal mais ça ne reste que 3 fois ta mise. Si tu arrives à faire de bonnes opérations sur tous tes investissements hyper atomisés, derrière tu as de super perf. Tous les investisseurs prennent des risques mais plus tu investis tôt plus tu prends de risque, et du coup plus tu as besoin de diversifier.

Dernière question : la thèse d'investissement du fonds est-elle amenée à encore évoluer vers des entreprises encore plus matures pour minimiser le risque ou est-ce que, selon toi, ce n'est pas envisageable ?

Ça fait pas partie de la stratégie actuelle. Il y a un enjeu quand même de se focaliser et d'avoir une thèse d'investissement qui soit cohérente et lisible par le marché, les autres fonds, et par les entrepreneurs pour que l'on soit bien identifié. Il faut que les entrepreneurs et les conseils en levée de fonds viennent nous solliciter quand ils ont des mandats qui correspondent à ce sur quoi on se spécialise. Si on a une thèse éventail, et qu'on fait un peu de tout, on va renvoyer des signaux contradictoires et on sera peut-être moins convaincants et moins légitimes par rapport à un fonds vraiment spécialisé si on est en concurrence sur une levée de fonds. L'entreprise R pourrait investir dans des fonds de LBO ou de capital développement pour avoir un profil de retour sur investissement qui soit différent et du coup diversifier les différents actifs au sein de sa stratégie d'investissement, mais ce sera un autre pilier de la stratégie d'investissement et ça passera pas par le fonds R qui est vraiment un fonds de VC qui investit dans des start up qui ont besoin d'investir pour se structurer et viser, à terme, une très forte croissance et une rentabilité.

Je n'avais pas pris la dimension d'une concurrence très forte entre les fonds, au même titre que celle entre start up Ah oui, il y en a énormément, surtout les fonds internationaux, notamment en Europe avec les Anglais, les américains qui ont des fonds puissants et qui commencent à regarder les marchés français et européens. Du coup les start up qui sont parmi les plus attirantes de leur segment, qui ont une super équipe de fondateurs, une belle traction commerciale, de beaux KPI's, elles vont vraiment focaliser l'attention de tous les investisseurs

qui cherchent ce type de boîte précisément dans leur thèse d'investissement, donc ça peut générer une envolée des valorisations, et c'est pour cela que sur certains tours de table nous on pose parfois le crayon car même si la boîte nous plait, et qu'on serait ravi de pouvoir aller au bout, il y a tellement de concurrence sur le tour de table et le rapport de force est en train de tellement se déporter en faveur de l'entrepreneur qu'il fait grimper la valo, pour autant il continue à y avoir de l'intérêt de la part de start up, nous on ne peut pas investir à n'importe quel prix parce que ça réduit la perspective de création de valeur et passé le niveau de valo qu'on a défini comme le niveau plafond qu'on a défini en amont pour atteindre le niveau de performance qu'on attend, on passe notre tour. Ça arrive fréquemment sur les très belles boîtes qu'il y ait une concurrence telle qu'on décide de se retirer du process.

Un dernier mot, concernant le COVID et ses effets sur le financement des start up ? Depuis le début de la crise sanitaire, on n'a pas un seul dossier qu'on regarde en ce moment où l'année 2020 est pas moins bonne que prévue. On comprend parfaitement que les start up aient souffert en 2020, après faut voir dans quelle proportion elles ont souffert. La en deux mois sur 2021, on observe une belle reprise sur certaines entreprises, on regarde comment elles ont réussi à serrer la vis, pour limiter le cash Burn pendant les temps durs du confinement et comment elles ont réussi à redémarrer en sortie de confinement. On tient compte de tout cela bien évidemment, on est conscient du contexte macro.

Je te remercie pour le temps que tu as pris, j'ai compris énormément de choses. Je vais faire la retranscription, et si jamais dans quelques jours tu t'aperçois que certains arguments ou chiffres communiqués sont des données confidentielles, je te laisse me dire si tu veux que je supprime ces informations. Sinon je te remercie encore et je te souhaite une bonne soirée.

Annexe 2 :

Interview du 19/03/2021 menée avec un chargé d'investissements au sein du fonds CVC Orange Venture. Echange qui a duré 124 minutes, réalisé via ZOOM, et enregistré à

l'aide d'un téléphone pour faciliter la retranscription. Mes questions sont en rouge et les réponses de l'interrogé en noir.

Peux-tu présenter ton parcours ?

En 2006, j'ai été Business Analyst, puis aux relations investisseuses, donc je m'occupais de l'action sur le marché, aux investisseurs et ensuite, je suis parti au **Fonds stratégique d'investissement (FSI)** qui était le fonds souverain français. Ça a été importée dans BPI France. J'y suis resté de 2011 à 200 où j'ai fait du Capital et tout ça. En 2018, je suis parti au Crédit Mutuel Innovation où j'ai fait du venture capital pendant 3 ans et là, je viens de rejoindre Orange Venture en tant que Partner.

OK, super, donc tu as une expérience vraiment spécifique au financement ?

Alors ouais, sur le financement de l'innovation, j'ai une bonne connaissance des mécanismes publics et tout cela parce que BPI France. Et ensuite ça fait un peu plus de 3 ans que je fais du venture capital, donc des prises de participation au capital des sociétés innovantes.

Et tu as des expériences entrepreneuriales ou pas du tout ?

Alors, j'en ai une qui a tourné au vinaigre, entre Orange et le FSI où j'ai passé quelques mois dans un groupe immobilier pour monter une filiale de gestion d'actifs où j'étais DG de la filiale. C'était entre guillemets entrepreneurial parce que j'étais quand même salarié, tout ça. Le but, c'était de monter mon PNL mais le boss était un psychopathe enfin voilà. Je suis plus un mec de grands groupes, comment dire un pied dans l'administration, un pied dans le privé ce qui m'intéresse.

Tu peux me parler d'ORANGE VENTURES ?

Oui bien sûr, du coup, c'est le Corporate Venture d'Orange, une structure qui est dotée de 350 millions d'euros d'actifs sous gestion. Sur ces 350 millions d'euros, 100 millions d'euros ont déjà été investis et c'est un Corporate VC. Très souvent, les Corporate VC, quand ils prennent des participations au capital des entreprises, ils veulent que les start up deviennent des sortes de partenaires. Nous, on est pas du tout dans cette perspective-là. On met en place des outils en place pour que les start up puissent développer des synergies avec le groupe. Mais l'idée n'est pas de financer des startups qui soit Orange Dépendant. On essaye d'être comme un VC de place, tout en ayant cette possibilité pour les boites qui qu'ils le souhaitent, dans lesquelles on investit de développer des synergies fortes avec le groupe.

Tu vois cette question des synergies elle est assez centrale dans ma discipline. Beaucoup de recherches portent sur l'enjeu de création de synergies. Or, je ne suis pas convaincu avec les entretiens que je mène, que ce soit l'élément central à chaque opération.

Ecoute, là-dessus, tu as plusieurs tendances, mais là où les gens de ton domaine n'ont pas totalement tort. Quand tu regardes, notamment les groupes très industriels, quand ils prennent une participation au capital d'une startup, c'est en effet ce qu'ils cherchent. Mais de plus en plus les Corporate VC savent qu'ils ne sont pas compétitifs en se positionnant comme ça, et ils vont essayer d'avoir un positionnement comme le nôtre, c'est à dire quelque chose qui soit beaucoup plus agnostique en ce qui concerne les synergies. Pour ne pas opérer les perspectives de croissance des boîtes en fait. Parce qu'un Corporate VC, quand il rentre, qui devient le principal client ? qui devient actionnaire, même minoritaire ? et qui en plus se demande dans la doc juridique d'avoir des clauses avec des listes d'acquéreurs potentiels exclus ? qui demande un droit d'alignement en sortie ? Qui demande ce genre de chose, c'est qu'en fait il verrouille l'appart, et en prenant qu'une participation minoritaire, il est en train de réaliser un investissement stratégique. C'est sain pour personne, enfin, sain pour personne. À mon sens, ce n'est pas ça, en tout cas du point de vue de la startup. Ensuite, je te ferais un petit développement si tu veux là-dessus. Par contre, là ou comment dire ? Je pense qu'en effet, tu as raison dans ton domaine, et que les gens n'ont pas vraiment conscience de ce que ça peut être d'être plugué à l'écosystème via des outils comme Orange Ventures, c'est que au-delà de l'aspect financier, - moi tu as vu mon profil est quand même celui d'un financier, quand je fais un investissement, le but, c'est d'avoir un bon retour sur investissement-. Au-delà de cet aspect financier, quand on investit, il y a aussi une dimension de veille stratégique pour le groupe et aussi une dimension, même si c'est epsilonesque, comparé à la taille d'un groupe comme Orange, les prises de participation quand on peut faire, une dimension de […] du risque du groupe.

Pour te faire un petit laïus, je ne sais pas si tu es familier avec les théories financières ? mais faut bien avoir conscience qu'en fait aujourd'hui, si tu prends la situation dans les années 70, dans les années 70, qui est à la manœuvre ? Ceux qui sont à la manœuvre ce sont les Corporate : on a en général de gros conglomérats industriels, un actionnariat assez éclaté. En tout cas, les actionnaires n'ont pas vraiment le pouvoir. Ils ont juste le droit de prendre des participations en fonction de ce qu'ils estiment être un bon dirigeant. Mais celui qui a la main sur l'allocation des ressources, c'est le dirigeant des sociétés. Et dans ces sociétés-là, il y a une part très importante qui est consacrée au développement des technologies. Quand on va arriver à grandir, le modèle théorique qui accompagne ça, c'est la *théorie de l'agence*, avec une prise de pouvoir petit à petit, les actionnaires, en considérant que l'allocation des ressources, ce n'est plus aux dirigeants du Corporate de la faire, mais c'est aux actionnaires directement.

Et donc, c'est l'époque des fameux LBO, enfin c'est le début des LBO, et c'est surtout l'époque où il y a des […] dans tous les sens. On demande au groupe de se recentrer sur un secteur, une mission, quelque chose d'assez précis et qui soit cohérent. On considère toujours qu'il est plus optimisé de scinder les choses pour avoir des directions opérationnelles sur des gens, sur des périmètres très précis qui répondent clairement aux objectifs de rentabilité qui, en tout cas, mettent en œuvre des couples de rendement/ risque qui soient tout à fait adaptés.

Avant tu avais un couple de rendement-risque assez faible à l'entrée pour les actionnaires parce qu'ils achetaient des types de conglomérat, et désormais, ils vont avoir le choix pour eux-mêmes constituer leur portefeuille entre des couples de rendement risques différents. Si tu prends un groupe comme Orange, tu pourrais imaginer qu'il y a une partie réseau pure où il y aurait des contrats à long terme avec des fixations de prix et tout ça qui soit très déterminés. Donc là tu serais dans un business model infrastructures où tu as un risque peu important et tu as un rendement aussi peu important. Et, tu aurais des trucs beaucoup plus spéculatifs : typiquement, le développement de la solution Orange Money en Afrique, qui s'avère être un succès, mais qui était quelque chose au départ, qui pourrait être beaucoup plus spéculatif puisque c'était un service digital. Et donc, du coup, on a un rendement risque avec un risque beaucoup plus élevé, et un rendement du coût beaucoup plus élevé. Orange, parce que c'est

l'histoire de ce groupe, reste un conglomérat, un conglomérat très spécialisés Télécom, là où la plupart des groupes ont explosé. Mais tout ça pour dire que fait ce qui s'est passé, c'est que, de ce fait là, l'innovation a été out-sourcée. Comment on fait ensuite pour gérer l'innovation ? Ce qu'il faut, c'est filer des gros salaires à des petites gens qui n'ont pas à aller bosser dans des Corporate, et vont développer des start up. Ils ne vont pas compter leurs heures, ils vont bosser comme des tarés. En revanche, on va leur permettre de bien se payer. Et c'est important parce que les salaires dans les start-up, contrairement à ce que l'on pense, ils sont plutôt chouettes. Et du coup, on va développer l'innovation de façon autonome, avec des gens comme moi, des ventures capitalistes qui vont du coup être spécialisés dans le financement de ce genre de truc où le couple rendement-risque est le plus élevé du marché, c'est à dire que le risque de faillite et le risque d'échec est très important. Cependant, du coup, les attentes de rendement sont aussi très élevées.
Moi, je pense quand même que le modèle de conglomérat industriel avait beaucoup de valeur et que finalement, je pense qu'un industriel, un patron industriel, a sans doute plus de capacité à avoir une vision à long terme que des financiers. Mais bon, ça c'est mon point de vue et en même temps, comment dire ? L'époque est à cela et moi, je suis capitaliste. Chacun ses paradoxes.

Ça me fait penser un peu à la théorie, je ne sais pas si tu vois à peu près ce que c'est, mais la théorie de la financiarisation, avec ce changement de paradigme ?

Non en fait, dans les années 80 on a fait exploser le modèle du conglomérat industriel et on a scindé les groupes en entités autonomes et davantage spécialisés. Et donc tout ça, pourquoi ? Pour donner le pouvoir aux actionnaires de faire de l'allocation d'actifs. En fait, cette scission des groupes a été imposée par les actionnaires. Si je te prends un exemple concret, est ce que tu connais un peu l'histoire de Vivendi ?

Je la connais de très loin.

Vivendi au départ, c'est la Compagnie Générale des Eaux et tout le jeu, quand Jean-Marie Messier arrive à la tête, ce truc-là, c'est de faire des cessions d'actifs pour recentrer le groupe et en faisant un groupe média. Ce qui était complètement contre intuitif au départ. Mais tu vois, il y avait une volonté en fait de considérer le périmètre d'entreprise comme son périmètre d'activité, mais comme un portefeuille d'activités qu'il était possible de scinder et de céder. Cela est arrivé dans les années 80, et du coup, tous les conglomérats. Bon il en reste des conglomérats, bah typiquement tu vois une boîte comme Sony est à bien des égards encore un conglomérat.
Mais le Japon tu vois, a réussi à garder des gros conglomérats industriels, même si c'est un modèle qui a beaucoup souffert. Et le pouvoir, le pouvoir, enfin la décision de l'allocation des actifs, c'est à dire où est-ce que je mets de l'argent et pour faire quoi ? Avant c'était le directeur du conglomérat qui disait « par exemple je pense que dans quel secteur, il faut qu'on développe davantage d'infrastructures, que dans quels secteurs il faut qu'on investisse en R&D parce que y a de l'innovation » Quand les actionnaires sont
Arrivés, enfin que les actionnaires ont pris le pouvoir, ils ont dit « maintenant c'est nous qui allons décider, l'allocation des actifs et ou est-ce pour qu'on va mettre les actifs en fonction de critères purement financier, et du coup, une analyse beaucoup plus précise du couple rendement risque », entre guillemets, parce qu'en finance, c'est toujours ça : c'est un actif à haut rendement, c'est un actif à haut risque et un actif qui a un bas rendement, c'est un actif qui a un faible risque. Et donc on veut nous pouvoir permettre l'allocation d'actifs et donc, du coup,

l'innovation là-dedans qui est l'actif le plus risqués, il fallait trouver une façon de la financer, et c'est par le venture capital que ça c'est fait.
Après tous les groupes industriels se dotent d'un Corporate VC, donc ils ont une poche dédiée à cet investissement dans les start up.
Parce que finalement, en perdant cette capacité à attirer les meilleurs talents, qui voulaient faire de l'innovation, bien finalement, ils sont obligés d'aller chercher l'innovation à la manière de financiers en allant se pluguer avec les mêmes outils sur le marché.

Je comprends, c'est très clair, mais pourquoi tu dis que c'est l'innovation le plus risqué ?

Une innovation, elle fait face à beaucoup de […]. Bon, déjà, il y a un enjeu techno : est-ce que la techno va marcher ? Ensuite, il y a une notion de time to Market : Est-ce que l'innovation, quand elle va se retrouver, va trouver son public, est-ce qu'elle ne va pas être lancée trop tôt ? Est ce qu'elle ne va pas être lancée trop tard ? Tout ça fait que le succès d'une innovation, il est beaucoup moins simple à prédire que de se dire par exemple, » je monte un business de taxi ou de location de véhicules ou de bus ou d'agents immobiliers » où des business finalement, où bien sûr, il y a des risques et le succès n'est pas assuré, mais que finalement, les prévisions et les perspectives sont beaucoup plus simples à établir.
Une innovation ? Il y a un certain nombre de paramètres qui sont compliqués à établir et qui donc, comment dire, donnent beaucoup plus d'incertitudes à ce que l'actif se développe.

C'est très, très clair et c'est parfaitement cohérent avec les théories qui sont établies et qui notent que les Start-Up, globalement, sont exposées à un risque, à une incertitude très, très forte sur différents points. Alors vous, en tant que venture capital, comment vous essayez de réduire ce risque-là ? Quels sont les facteurs qui rentrent en compte pour réduire le risque ?

Déjà, c'est un métier au plus la boîte est jeune, au plus ce que tu vas cibler, c'est l'équipe : ses expériences passées et du coup, sa capacité à porter un nouveau projet. Tu as déjà pleins de mécanismes financiers déjà pour porter ton risque. Ces mécanismes financiers permettent de couvrir le risque. Typiquement, ce qu'on appelle des liquidations préférentielles. C'est à dire que quand un fond souscrit à une augmentation de capital, surtout quand la boite est jeune, il va se couvrir contre le risque de faillite de la boite, ou en tout cas, le risque de moindre succès de la boite. Par exemple, il va avoir 30% du capital suite à l'augmentation de capital. Mais en réalité, quand on regarde les droits spécifiques des actions qu'il a souscrites, il va avoir le droit à 50, 60, 70% des flux de cession de la société. En réalité, tu laisses la majorité, enfin tu laisses beaucoup d'actions potentiellement à des dirigeants. Mais cependant, en réalité, en termes de pourcentage de la valorisation de la valeur de l'entreprise au moment où elle sera cédée, tu leur en prends beaucoup plus que ce pourcentage au capital. Aussi, des mécanismes qui permettent que si la boite est contrainte de lever des fonds à un prix plus bas, ton prix d'action s'ajuste.
En fait, tu as pleins de mécanismes qui protègent ton risque. Ensuite, il y a d'autres mécanismes qui sont des mécanismes de garantie qui sont mis en place par Bpifrance pour permettre aussi aux fonds d'investir de façon plus confortable. Ça, c'est un peu la cuisine financière et qui, je crois, est importante à comprendre. Parce que quand les mecs te disent « oui nous on fait du capital risque et on prend des risques » Oui, tu fais du capital risque, en effet, tout ce que tu dois penser c'est comment le border ce risque, et c'est ça ton métier et donc que tu bordes notamment et surtout avec des outils. Ensuite, tu as l'équipe, tu analyses le marché … Ensuite, tu vois quand tu fais un dossier d'investissement ? On passe beaucoup de temps à essayer d'appeler des gens qui sont des experts du secteur pour comprendre la dynamique pour pouvoir valider le business plan de la société. Parfois, tu peux demander à la boite de filer des contacts. Quelquefois, tu peux toi chercher des contacts de façon à avoir des entretiens comme on a là,

ou tu revois un peu le business pour te faire une conviction. Qu'est-ce que tu as encore ? Pour border ton risque tu as des investissements un peu plus tard, c'est à dire que l'on peut investir dans ce qu'on appelle du SEED ou de la Série A ; tu investis plutôt en série B, voire en série C ou série D, c'est à dire à des moments où le modèle économique de la société a été démontré.

Vous faites du SEED vous chez Orange Venture ?

Alors on en fait un peu en Afrique. Et éventuellement, si une boite nous est vraiment très chaudement recommandée par des opérationnels d'Orange. Mais sinon on est plutôt sûr de la late série B, ou early série C.

Donc vous intervenez à un stade assez avancé ? Le risque qu'au moment où vous vous intervenez et quand même assez amorti entre guillemets, assez limité ni les moindres, mais le retour sur investissement, temps de retour sur investissement en soi.

Oui, le risque est moindre mais nos attentes de retour sur investissement sont à 6 mois du coup. Typiquement, un fonds de seed s'il va chercher, il va investir sur la base d'un TRI de 40-45%, un fonds en SERIE A va investir sur du 35%, en série B tu es plutôt sur du 30%, quand t'investis-en SERIE C, tu es plutôt sur du 25.

Mais du coup, si je comprends bien, plus tu investis tard plus les délais de retour sur investissement sont courts ? Parce que les fonds en SEED comme Jaïna ou Kima Ventures, ils espèrent un retour sur investissement au bout de 5-6 ans non ?

Attends Je m'excuse, j'ai encore ce mail à répondre *[il répond à un mail urgent et me demande d'attendre pour reprendre l'entretien]*

Le TRI du coup, oui le TRI en finance, c'est une sorte de taux d'intérêt actualisé qui prend en compte le temps : c'est à dire que quand je dis 35, 30, 25%, ce sont des trucs qui intègrent finalement le temps et qui de fait, comment dire quand tu dis je veux faire 35% de retour, que tu le fasses sur 3 ans, ou sur 6 ans, tu vas avoir la même espérance. Ce qu'il y a, c'est que la somme que tu attendras du coup, dans 6 ans sera largement supérieure à celle que tu attendais en 3 ans.

Et vous vous situez comment au niveau du ticket d'investissement moyen ?

Alors tu sais Orange Digital Ventures existe depuis 2015, mais là, il y a vraiment un nouveau projet avec la filiation et une volonté de mettre en place des process, beaucoup plus fonds d'investissements. C'est d'ailleurs pour ça que je suis recruté. Et donc auparavant, les investissements n'étaient pas hyper rationnalisés. Désormais, on a un ticket d'investissement maximum à 20 millions d'euros et notre sweat spot. Désolé pour les anglicismes. C'est notre zone de confort. Elle se situe autour de 8 à 10 millions d'euros, sachant qu'on garde toujours de la capacité à réinvestir au fil des tours.

Est-ce que tu as un chiffre à peu près sur combien de réinvestissements vous faites ?

Non je ne les ai pas, parce qu'encore une fois, le portefeuille historique, en plus l'équipe, est partante. Mais grosso modo, je pense que je dirais dans deux cas sur trois. En tout cas, c'est la logique. En fait, il faut être prêt dans les deux tiers des cas il faudra réinvestir au tour suivant. Mais c'est souvent défensif en fait. C'est de façon à pouvoir garder ton prorata du capital.

Et les boites dans lesquelles vous ne réinvestissez pas, c'est lié à quoi ?

Bah c'est lié à un échec du business, c'est lié à des tensions avec le management, c'est lié à des tensions et des tensions parce qu'humainement, finalement, tu peux te rendre compte que ça ne va pas. Ça peut être aussi simplement des divergences stratégiques.

Mais alors, comment se fait la sélection concrètement pour les projets que vous allez soutenir ou pas ? Parce que tu dis à certains opérationnels de chez Orange qu'ils peuvent nous soumettre des projets ?

Ouais, ouais, mais ce n'est pas la norme. La norme, c'est quand même en venture capital, tu reçois beaucoup, beaucoup, beaucoup de dossiers. Je crois que nous on reçoit 1200 dossiers par an. Donc, il y a un premier filtre qui est l'analyse du deal flow, qui nous permet de sélectionner 5-6 start up par semaine sur lesquelles on va se demander en réunion d'équipe si on passe du temps ou pas. Sur ces 5 6, il y en a deux, trois sur lesquelles on passe un peu de temps là-dessus, il y en a une qui va passer en Go-No-go et à l'issue du Go-No-go, qui a eu une première analyse un peu plus approfondie, il y en a à peu près une sur deux qui continue, où on va essayer de continuer à avancer pour passer ensuite en comité d'investissement et puis après, il y a les négos et tout et on fait un deal. Le process complet entre la présentation de la boîte et le deal, je pense que tu peux l'estimer entre 3 et 4 mois.

J'ai une question un peu naïve, mais une startup avec un risque très important qui n'a pas réellement fait de preuve de chiffre d'affaires, alors même si ça ne concerne pas directement Orange, d'après ce que tu décris, mais la question de la valorisation : il y a des techniques financières pour estimer la valeur d'une entreprise. Est-ce que quelquefois, il y a un énorme décalage entre la valo que vous allez faire, vous, en interne et la valo que va faire le fondateur ?

Il y a toujours du décalage avant de parler de valorisation, puisque la valorisation ne s'est jamais qu'une conséquence, il faut parler de business plan et en général, oui, le business plan du manageur c'est souvent « oui écoutez je fais 50K de chiffre d'affaires, je fais 100 millions dans deux ans ; sur les 50 K il y a mes deux frères et mon grand-oncle. Mais bon, là, je pense vraiment qu'on fait rentrer des Corporate et que l'an prochain, on devrait faire 1 million, et du coup, après, je parie sur 50% de croissance donc 5 millions, puis 25 millions en année 3, parce que j'ai produit qui déchire. » Donc tu commences par tailler ça dans la serpe et ensuite tu fais la valo, bon il y a plein de méthodes de valo qui sont là de la cuisine financière, qui valent ce qu'elles valent et quand tu arrives à mon ancienneté dans le métier, tu comprends bien comment dire. Le but d'une valo c'est surtout le but qui va te permettre de faire un deal dans lequel tu crois, tu te retrouves bien sûr parce que tu y crois, que tu penses que tu vas te retrouver bien sûr. Après nul n'est infaillible et ton serviteur le premier, tu peux te planter, mais c'est un métier.
Cependant, le Venture quand tu investis en SEED ou en SERIE A, tout le monde te raconte ses succès, mais en vrai il y a du plantage. Grosso modo, quand tu investis dans 10 boîtes en SERIE A, t'en as 3, allez 4 qui vont survivre, 2 qui vont sous performer violemment, 1 qui va performer à peu près dans tes attentes et 1 qui va normalement tout exploser, et te permettre de gérer ta rentabilité globale.

Et à propos de l'entreprise C (entreprise étudiée dans le cadre de notre panel de TPE/ PME) ?

Ecoute. C'est une boîte qui développe une vraie solution, a priori. Qui a un plan de développement ambitieux dans lequel on est rentré, je ne sais pas si on a bien fait ou pas de rentrer à ce stade, en mettant autant d'argent sur la table. On a mis 3 millions d'euros au travail dans cette boite. Comment dire ? *Monsieur B* (le fondateur) est un peu à un tournant, je ne sais pas si ça va marcher ou pas, ce qui est sûr, c'est qu'à mon avis, aujourd'hui faut qu'il quitte l'état d'esprit du commercial qui est son historique et dans lequel il a excellé avant de créer *l'entreprise C*, pour bien comprendre quelles sont les attentes d'un dirigeant d'entreprise, qui a quand même davantage de complexité à gérer et je pense qu'aujourd'hui trop il est trop commercial... C'est ce que je peux te dire à peu près là-dessus.

Et votre accompagnement au quotidien ou pas au quotidien d'ailleurs, comment sont concrètement les relations avec le fondateur ? On est sur des reportings mensuels ? On est sur des dépannages au quotidien ?

Ça dépend beaucoup du stade de maturité de la boîte, ça dépend de ce dont est en attente le dirigeant, ça dépend de beaucoup de choses, en fait. Mais ce qui est sûr, bah typiquement une boite comme *l'entreprise C*, le fondateur est en demande d'un accompagnement très rapproché. Ensuite, les journées ne font que 24 heures donc tu fais ce que tu peux aussi. Ce qui est sûr, c'est que le but d'un venture capitaliste est d'autant plus d'un Corporate VC, c'est d'être présent pour aider la boite à se développer et être aussi la matière grise. Parce que tu vois moi avant j'ai fait du Capital Développement donc on investissait dans des boîtes très matures. En général, les dirigeants d'entreprise autour d'eux ils ont les moyens de se payer de la matière grise. Et toi, t'es vraiment juste un pourvoyeur de fonds. En venture, les mecs n'ont pas les moyens de se payer beaucoup de matière grise, et ensuite parce que c'est la vie des start up, ils ont des murs de liquidités qui font qu'ils ont tout intérêt à conserver une proximité forte avec leurs investisseurs.

Vous êtes combien déjà à bosser chez Orange Venture

Oh, on doit être 13/14 je crois.

D'accord, parce qu'en fait des retours que j'ai eus de la part des entrepreneurs. C'est que, oui, il y a un accompagnement financier, oui il y a une aide à la structuration, ça nous permet de passer des étapes, évidemment, mais il y a parfois certains entrepreneurs - je ne parle pas dans le cas d'Orange, puisque le seul que je connais qui ait levé avec vous, c'est l'entreprise C-

[Il me coupe en pleine question]
Pour le coup, franchement, c'est vraiment *l'entreprise C*, une boite avec laquelle il y a beaucoup, beaucoup de synergies, et ORANGE représente plus de 50% de son chiffre d'affaires.

Non, mais les autres fondateurs interrogés ont tendance à se plaindre sur le fait que ce n'est pas un accompagnement très opérationnel de la part des fonds, ils ne connaissent pas le marché, etc.

Non mais clairement, clairement, et ce qui est assez marrant, et c'est aussi une des raisons pour lesquelles, je suis aussi enthousiaste pour le projet Orange, c'est qu'aujourd'hui sur le marché

du venture capital, tout le monde te parle de smart money, smart money, smart money… Cette tendance a été lancée par un fonds, qui est vraiment prescripteur. C'est le fondateur de Netscape et l'autre fondateur d'une boite dont j'oublie le nom, mais deux grosses stars de la Silicon Valley qui ont monté ce truc-là, qui sont millionnaires en centaines de millions. Le fonds s'appelle Andreessen Horovitz (A16Z). Et donc, eux, ils ont lancé vraiment une plateforme très forte pour aider les entrepreneurs à attaquer les marchés asiatiques, à gérer des problématiques opérationnelles. Parce que ce sont des entrepreneurs qui ont fondé ce truc là et qu'ils sont vraiment là-dedans. Typiquement là ils sont dans CLUBHOUSE, C'est un réseau social audio, un LINKEDIN audio un peu. Y a beaucoup de buzz autour. Bon, quand tu vas voir derrière la porte, c'est franchement minable, mais passons. Donc, du coup ils ont investi là-dedans, les mecs sont tout le temps en train de faire des conférences. Comme les mecs sont des stars ils créent eux-mêmes la valeur de la boîte.

Du coup, à quel point, dans votre portefeuille, la dimension internationale joue un rôle majeur dans la sélection ?

Ah bah tu vois, sur les 5 boîtes que je suis, 6 boîtes que je suis, j'en ai 4 ou 5 aux US. Historiquement, on avait un bureau la bas. Mais encore une fois, le portefeuille historique n'est pas ce que l'on va faire dans le futur. Aujourd'hui, les boîtes qu'on va investir aux US sont des boîtes qui ont des problèmes de Scale en Europe. Maintenant, cela étant, historiquement on avait une équipe qui s'appelle Orange Silicon Valley, où il y avait un peu une bataille de pouvoir, pour savoir si Orange Digital Ventures, la possibilité de faire des investissements dans le venture c'était piloté à Paris ou ailleurs. C'est pour ça qu'on a eu un bon nombre de dossiers qui viennent de la Silicon Valley. On est en train de reprendre ces dossiers en direct, Orange Silicon Valley va plus agir comme un prestataire pour nous dans le futur. Toujours est-il que dans notre histoire commune, on a ça qui fait qu'on a un joli portefeuille aux US. Enfin joli, les boîtes ce n'est pas des success story non plus.

D'accord, j'ai juste deux petites questions et après, c'est génial parce que tu as répondu à une grande partie des questions. Vous entrez systématiquement minoritaire ou il y a des cas majoritaires ?

Non, toujours en minoritaire.

Donc oui, globalement, c'est entre 20 et 30% de parts du capital ?

Ecoute, ça dépend, là, tu vois, aujourd'hui, les conditions de marché sont tellement dures. Enfin, par exemple, je ne peux pas te dire sur quoi, mais là je suis en train de travailler sur un tour en série C. C'est une boite qui lève 50 millions d'euros. Les valos sont quand même extraordinaires en ce moment. Bon, je vais proposer à mon comité qu'on investisse entre 15 et 17 millions d'euros pour un taux de détention de 8%. En vrai c'est plutôt une série D mais comme c'est un troisième tour, c'est une série C. La boîte brille tellement enfin bon je te donne le nom mais tu le notes nulle part, c'est *l'entreprise B*.

« Est-ce que vous vous impliquez dans le développement de la technologie ou pas du tout, d'ailleurs quand vous investissez dans une entreprise « innovante » ? Avez-vous un regard et un mot à dire sur le projet de R&D »

Ecoute, dans la techno, comme sur à peu près tous les ponts des businesses dans lesquels on investit, on est ouvert et on leur propose de créer des synergies. C'est-à-dire qu'on a, on est des

gisements d'expertise dans le groupe qui sont très forts. Donc si, si, les mecs souhaitent développer des synergies, que ça intéresse aussi Orange que Orange y voit un intérêt, on va y aller. Maintenant, ce n'est pas nous, en tant qu'investisseur, qui allons pouvoir apporter beaucoup sur le sujet. Nous ce qu'on peut c'est vérifier la pertinence de la technologie, qu'elle est bien brevetée, qu'il y a un marché bien projeté qui a un marché derrière, qui répond à un besoin qui sera ensuite traité. Cependant, en étant adossé à un Corporate, on a la possibilité d'aider la boîte même là-dedans.

Quand tu mets X millions, est ce que t'as des exigences sur la partie staffing derrière, liée à la levée de fonds ou pas ?

Ça peut arriver, mais c'est plutôt très déçu de Série A. Encore une fois, le mec qui dit « je veux 10 millions et j'ai prévu d'avoir sous moi, 20 personnes en râteau parce que je suis celui qui est pertinent en techno… » Bon là, en général, tu n'y vas pas.
Donc oui on peut, mais c'est plutôt dans les discussions préinvestissements, discuter de quelles sont les évolutions etc. Typiquement, dans une boîte dans laquelle j'avais investi, le mec voulait recruter quelqu'un et lui filer un petit périmètre, mais si tu veux Il avait ces 2 manageurs historiques et du coup c'était pour pas empiéter sur le périmètre d'un manager historique. Mais en vrai ça n'a pas de sens de faire rentrer ce mec là et de lui donner que ce périmètre, il fallait qu'il passe au-dessus du truc, qu'il discute avec son manager historique et qu'il lui dise « bon écoute tu restes associé tout va bien, mais il va falloir qu'on fasse rentrer ce mec là pour qu'on soit plus cohérent et que l'organisation gagne en cohérence et que j'ai un râteau plus léger en dessous de moi ». Donc oui on a ces discussions sur cette partie-là.
Et, dernière question. Double question l'impact du COVID de juste. De manière assez générale, est ce que vous le voyez directement sur les résultats 2020 des boîtes que vous que vous suivez ? Deuxième question est ce que vous avez un intérêt particulier pour le secteur culturel au sens large ? J'entends, les Médias, les jeux vidéo, l'édition …

Le jeu vidéo, en particulier, c'est un secteur qu'on regarde avec grande attention. On regarde les éditeurs, moi, j'aimerais bien qu'on trouve des briques technos qui soient intéressantes. Tu vois pour la diffusion de jeux vidéo, que soit streaming PC, voire streaming mobile. Là récemment on n'a pas avancé mais on a vu un type qui faisait de l'ingame advertisment, et il avait un outil SDK, là-dessus, c'était intéressant pour nous. Franchement, c'est un secteur qui est intéressant. Mais bon, pour le coup, ce n'est pas cœur de thèse cet investissement. Mais pour lancer cette nouvelle aventure Orange Venture, parvenir à être Lead sur un logo comme l'*entreprise B*.

Ok, et sur la partie COVID ?

Je n'ai pas l'impression que dans le digital, ça a eu un impact si fort, voire au contraire, puisque comment dire ? Dans le digital, il y a eu une accélération notamment bien sûr dans tout ce qui est Digital Work ou entreprise de demain, tu l'appelles comme tu veux parce que la nécessité de basculer très vite sur des nouveaux modèles. Cela étant, tu as d'autres problèmes sur les recrutements, sur des choses comme ça, qui font que oui, tu vas avoir un impact. Pour moi, ça va être un bain de sang, qu'on se le dise…
Si l'économie prend un tire entre 10 et 15%, tout le monde trouvera que tout le monde va galérer. Et tu sais, les directions achats vont commencer par vouloir rationaliser tout ce qui est contractuel.

En tout cas, sincèrement, merci, sincèrement, est-ce que tu as des choses à ajouter ? Dont tu aurais oublié de parler ?

Bah bonne chance Hugo !
Tu rentres dans la phase rédaction, ce n'est pas la partie la plus marrante, même si elle va te soulager.

Je te remercie encore sincèrement pour cet échange. C'était super, bonne journée !

Annexe 3 :

ENTRETIEN Mené le 09/03/21 via téléphone avec Monsieur D responsable investissement chez BPI France – durée 26 min. Mes questions apparaissent en ORANGE, les réponses de l'interrogé en NOIR.

Du coup, je te présente très rapidement le cadre, si tu veux. Et après, je te laisse répondre aux quelques questions. Alors moi, je suis en dernière année de doctorat et je travaille sur le financement de l'innovation dans les industries culturelles et créatives. Le sujet englobe les problématiques de financement public : crédit d'impôt recherche, le statut jeune entreprise innovante, et j'essaie d'observer des stratégies à l'œuvre au niveau du financement par les fonds, et des stratégies industrielles qu'il peut y avoir chez des industriels comme Orange, Bouygues, Maif ou La Poste. J'ai travaillé sur 70 entreprises, des TPE et PME qui ont levé des fonds ou pas. Et il y en a une ou deux dans lesquelles BPI a investi en co-financement. Du coup, ça m'intéressait forcément de mieux connaître la BPI, un des acteurs majeurs du financement en France. J'ai quelques notions de ce qu'est la BPI, mais la question vraiment spécifique qui m'intéresse, en l'occurrence, c'est plutôt celle des industries culturelles et créatives.
Comment vous situez ? Qu'est-ce que vous faites concrètement et quelle est la stratégie et les modalités de participation ? Ce sont un peu les grandes questions. Je voulais aussi peut être juste avoir une idée de ton parcours, un retour d'expérience. As-tu eu des expériences entrepreneuriales avant ?

Si tu veux faire dans ce sens, c'est très clair. Je fais partie d'un [… ?] qui est très spécifique dans la banque, et qui s'appelle le pôle des industries culturelles et créatives. On a 3 verticales, on adresse toute la partie média, le cinéma, l'audiovisuel, la radio, la télévision, la musique et tous les contenus qui deviennent verticales. On agrège tous les segments de l'équipement de la personne au travers des marques, bijouterie, les cosmétiques, la décoration, l'ameublement. On y retrouve aussi les codes du luxe à la française. Troisième axe le patrimoine vivant. Toutes les entreprises qui sont labellisées par le label EPV. Soit environ 2.000 en France. Des secteurs beaucoup plus larges, comme le patrimoine bâti, la décoration dans les arts de la table, des gens qui fabriquent des savoir-faire techniques, artisanaux, manufacturiers avec des problématiques Made in France bien entendu, et de toute taille, de petits artisans en auto-entrepreneurs jusqu'à Hermès, à la fois en termes de secteurs et taille de boîte.
Un environnement qui est extrêmement large. Nous, dans les ICC, on intervient en fonds propres, ce point, il existe en fait depuis beaucoup plus de temps, depuis 2005. Historiquement, on était dans le giron de la Caisse des Dépôts, et BPI France n'existait pas encore. On était dans une entreprise qui a fusionné avec BPI France en 2012 et qui s'appelait les CDC Entreprises, qui existe depuis 2005.
Aujourd'hui, tous les métiers de Bpifrance. Les investisseurs en capital d'investisseur minoritaire. On ne prend jamais le contrôle des sociétés qu'on a, d'une part, et d'autre part, il y en a un. Et si on intervient aux côtés du marché ? Quand on voit systématiquement toutes typologies d'acteurs, des business angels, des family offices, des fonds d'investissement classiques. Mais à l'image de ce que fait BPI France sur tous ses autres métiers, voire dans le financement de l'innovation.
Par ailleurs, c'est de pouvoir créer et susciter ce qu'on appelle des « leviers en deux roues », public/ privé. Il doit pouvoir drainer des investissements du privé dans les entreprises de nos secteurs. Et c'est d'autant plus vrai pour nos métiers qui, comme tu le sais, sont très spécifiques, parfois un peu chahutés, mais en tout cas, regardés avec méfiance par les acteurs du financement des entreprises. On parle du cinéma, de la production audiovisuelle. Des modèles

qui sont très risqués, qui font peur au privé, qui ont besoin de repères et d'expertises. Nous aussi, on essaie d'aller au-delà de la dimension de l'investissement, avec l'effet de levier, et donc d'amener des financements privés dans les entreprises. Et donc, nous, on n'a pas vocation à être tout seul, mais vraiment à créer des effets d'entraînement et de multiplication des investissements.

Du coup, vous investissez à n'importe quel stade du développement de l'entreprise ?

J'allais y venir, historiquement, nos métiers, on était des capitaux développeurs et on faisait du capital transmission. Donc les deux phases, les plus en avant dans la vie d'une entreprise. Donc à la fois quand tu es en capital développement c'est que tu as une assise de rente et d'activité qui est bonne, quand tu as déjà coché toutes les cases de rentabilité, de proof of concept, etc. Tout ça, c'est derrière toi et sur la case transmission d'autant plus puisque généralement, tu adosses de la dette donc, les banquiers sont d'autant plus regardants sur la pérennité des modèles économiques et leur viabilité historique notamment. Donc, partant de ça fait, on ne cochait la case innovation, mais on n'est pas bêtes, et on a évolué. Compte tenu des transformations qui frappent le secteur, tous les secteurs on regarde : à la fois la digitalisation dans les métiers du numérique, des médias, globalement, qui comprennent beaucoup de transferts de valeurs qui sont en train de se faire, avec des concepts nouveaux, avec des grosses dimensions technologiques, que ce soit sur les médias, mais aussi sur la mode, dans les modes de distribution, de communication. Ce sont des métiers qui sont complètement traversés par l'innovation. Et donc, on a ouvert la doctrine d'investissement à la case Start up et innovation. Tout ça, c'est très nouveau à BPI France. On a historiquement fait partie du pôle capital développement de la banque et on a rejoint, il y a près de deux ans maintenant, le pôle innovation de BPI France. Les industries culturelles et créatives et le pôle fonds propres pour ces secteurs-là est logé dans l'innovation, donc déjà en termes d'organisation, cela renvoie un message qu'on est très, très gros soutien de la dimension innovante de nos secteurs.

Tu considères que, du coup, il y a innovation dès qu'il y a numérisation, peu importe le secteur ?

Dans les ICC, l'innovation peut être de plusieurs sortes. Tu peux avoir de l'inno techno bien sûr. Tu peux créer un algorithme pour faire du management pour remplir des salles de spectacle. C'est clairement une innovation technologique. Mais tu peux également avoir d'autres process ou une idée de business model. Ta façon de commercialiser des canaux de distribution ou la façon de manœuvrer des outils digitaux sur ton secteur. Typiquement on a fait un deal dans la distribution de cinéma, un métier classique où il s'agit d'attirer le maximum de spectateurs dans une salle de cinéma pour une sortie. Sauf que le constat existant du marché c'est que les distributeurs utilisés de façon peu optimale, les codes de communication et de promotion actuelles sur les réseaux sociaux, la capacité des communautés à faire durer re-targeting, et cette start up qui a un métier très traditionnel. Pour autant, en modernisant les outils, ces stratégies digitales, le business model quelque part, coche la case, à notre sens, de l'innovation, et devient éligible.

Vos conditions d'investissement, c'est quoi exactement ? Au niveau du CA, de la composition des équipes, du caractère international, quels sont les critères pour que vous accordiez votre confiance ?

Les fonds, du coup, les codes et codes de l'investisseur s'appliquent toujours. Le premier d'entre eux, c'est la qualité de l'équipe et des porteurs de projets, que ce soit dans leurs expériences

passées, dans la complémentarité des profils. On peut penser, par exemple aux entreprises de la mode où, généralement, on aime bien les binômes, c'est à dire adjoindre à un créatif un profil plus gestionnaire. Pour pouvoir avoir hémisphère droit et hémisphère gauche dans la gestion quotidienne de l'entreprise et dans sa dimension créative, et à proposer des choses nouvelles sur le marché. Ça c'est quand même l'argument numéro 1 quand tu vas estimer la viabilité d'un projet porteur de projet.
Le deuxième ? Le deuxième enjeu, c'est la proposition de valeur et en quoi elle répond à ce qu'on appelle le (*tape point* ?), c'est-à-dire une opportunité de marché. Parce que le marché évolue d'une façon, dans un sens. Est-ce que toi, tu proposes va me permettre de saisir une opportunité à un moment donné ? Et surtout en quoi cette proposition de valeur est différenciante par rapport aux différents acteurs qui se sont déjà positionnés sur le marché ? En quoi tu vas, tu vas pouvoir, tu vas pouvoir prétendre à créer de la valeur et à faire du chiffre. Donc ça c'est numéro 2, je dirais que c'est l'adéquation entre la proposition de valeur et les opportunités de marché.
Et puis, après, et surtout, surtout, le reste des classiques du capital investissement. Pour les start up, ça marche moins bien, mais toutes nos boîtes en dév et en transmission tu as tous les enjeux financiers de l'analyse des comptes historiques.
Ensuite, tu as toutes les dimensions de business plan et de projet. Est-ce que la levée de fonds est correctement dimensionnée ? Est-ce que le business plan est raisonnable en termes de prise de parts de marché, en termes de calcul des coûts, et puis en termes de dimensionnement de la levée de fonds qui, derrière, va impliquer tous les enjeux de dilution, de valorisation, de répartition de capitalisation entre les fondateurs, les fonds, les salariés. Et voilà donc la valo est un gros enjeu.

Et c'est votre calcul de valo qui vient s'appliquer ou c'est celui du fondateur qui va vous dire mon entreprise, vaut tant et vous devez vous adosser à ça ou ça ne se passe pas comme ça ?

On est complétement adaptables. Tu as des normes, en particulier pour les start up. Des normes de dilution sur les tours de table avec des montants et un niveau de chiffre d'affaires en face, en traçant des fourchettes pour retrouver. Après c'est sur mesure, tous les projets. Il n'y a pas de recette magique pour déterminer une valo. C'est une négociation. Sur le sujet des start up, il y a beaucoup à la fin de la journée, il y a quand même deux éléments qui se confrontent. D'un part, côté entrepreneurs, quelle portion du capital je suis capable de céder en contrepartie d'un investissement pour rester mobilisé sur le projet et créer de la valeur, pas me sentir spolié dans le tour de table.
Et puis, côté investisseur, c'est est-ce que la valo que me propose aujourd'hui. le fondateur me permet dans 4 ans 5 ans, en fonction de l'exécution du business plan, de réaliser mes attentes de RI, de multiples. Sur des deals d'innovations, c'est généralement des multiples qui sont plus élevés puisque tu rémunères un risque plus grand puisqu'il n'a pas coché la case complètement de Proof of concept, et la capacité de la société à passer l'échelon. Pour des deals de LBO, t'es quand même dans des fourchettes plus basses, puisque tu rémunères une prise de risque,

Tout à l'heure tu as dit que les start up, ça marche moins bien moins bien ces étapes de validation. Pour les start up, vous allez vous concentrer sur quoi ? Le profil des fondateurs ? Comment vous jugez de l'innovation dans le projet ? Est-ce que le fait de faire de la R&D ça peut vous rassurer ? D'être jeune entreprise innovante ? Quels sont les critères qui rassurent la BPI ?

J'ai un peu commencé à répondre. Tu as la dimension innovante. Comment expliquent t ils leurs dépenses R&D ? Ou avoir des équipes en free-lance, mais une techno qui est bien dans la

structure en effet. Après tu as d'autres composantes que l'innovation, on ne borne pas à la dimension technologique, mais ça peut rentrer dans un business model. Je ne pense pas qu'il faille la borner à l'innovation technologique.

Le ticket d'investissement moyen, il y en a un ou pas du tout ?

Notre fourchette d'investissement : on attaque à 3/ 400 000 euros le ticket. Sachant que c'est le même engagement pour l'investisseur, qu'il mette 400 000 ou 2 millions 3 millions, en terme l'instruction d'un dossier. On attaque à 3 400 000 au niveau du pôle on peut monter jusqu'à 10 à 12 millions d'euros de tickets unitaires. Sachant que dans la maison derrière, au niveau de BPI France, on peut faire effet de levier pour aller adresser des sujets plus matures sur lesquels les besoins sont plus élevés. Donc voilà.

Je voulais savoir rapport pour la stratégie de politique publique puisque la BPI, c'est la banque d'investissement public. Comment c'est drivé, comment c'est en lien avec votre stratégie d'investissement ? Ça change. Ce que cette stratégie elle évolue ? Est-ce que c'est la même depuis plusieurs années ? Comment ça se passe ?

Les industries culturelles font parties du plan stratégique de Bpifrance. Les ICC reçoivent une attention toute particulière au niveau des secteurs en fait, le constat qui est partagé par les différentes parties prenantes publiques dans lesquelles on agit, on est au cœur de l'écosystème. Les ICC sont porteurs d'un avantage compétitif et de rayonnement économique pour la France, et de soft power bien sûr. Ça fait partie d'un vrai enjeu de soutien. Et même, au-delà de Bpifrance, d'accélération du soutien des pouvoirs publics en faveur des ICC.

Juste deux petites dernières questions : Quelles sont vos attentes en termes de taux de retour, de gain en capital ? Quelle est la durée la durée moyenne de votre implication avant la sortie ?

Sur le rendement, le but c'est de …. La philosophie générale de la BPI c'est d'investir… Je réponds à ta deuxième question, ça va permettre de répondre à la première et après 5, 6, 7 ans, de faire tourner les portefeuilles et donc les plus-values sont réinvesties dans d'autres sociétés. Le but, c'est de créer une boule de neige, mais pour cela, il faut que les investissements soient rentables, donc dans une norme de marché, et donc, en fait, on est complètement comparable au marché, en fait, sur nos investissements parce que, comme je te l'ai dit, la plupart du temps, on est en co-investissement et on intervient aux mêmes conditions que les fonds privés. Les fonds privés lorsqu'il rentre sur des cibles en LBO, ils vont attendre des Ri à deux chiffres et des multiples approches de deux fois sur des 5-6 ans. Nous, intervenants aux mêmes conditions, on se cale aux conditions de marché, on est en ligne avec. Ça. On est justement complètement en prise dans ce marché. On n'intervient, on n'intervient pas dans des conditions différentes de celles du marché, donc à partir de là, on est aligné sur ce que fait le marché.

Du coup, Dernière question : comment vous jauger l'efficacité de vos prises de participation ? Comment on sait que la BPI est efficace pour soutenir le financement des PME ?

En termes de suivi et de métriques, pour connaître le poids de la BPI sur ce secteur, donc, nous, on a tous nos encours d'investissement et d'accompagnement en cofinancement ou en financement de l'innovation. Ça nous donne une indication très claire de combien on pèse et combien les encours sur ce secteur pèsent dans notre activité. Et puis sur la réussite des projets

tu as plusieurs dimensions et une dimension qui est basique, qui est celle du fonds d'investissement qui est la performance de RI et de multiple des différents véhicules qui sont sollicités. Mais au-delà de ça, et ce qui est un enjeu qui tient à cœur à une banque publique, c'est toute la dynamique de création de chiffre d'affaires et de création d'emplois qui est associée à la croissance des entreprises. Est-ce que les entreprises ont réussi à passer l'échelle, est ce que les entreprises ont réussi à faire de la croissance externe, à se regrouper, et à favoriser des synergies et à augmenter leur poids, y compris international, dans le cadre de nouveaux projets. Donc tout cela, on le suit de très près. Au-delà de la dimension purement financière.

Et toi, tu considères les ICC comme rentables par rapport aux autres secteurs ou pas plus que ça par rapport aux autres secteurs ? Comme le pharmaceutique ou la bio, par exemple ?

Je connais très mal les autres secteurs, je suis spécialisé sur les ICC. Mais j'ai des petits camarades qui font autre chose de leur vie. C'est des secteurs sur lesquels il y a des vrais challenges. J'ai commencé à les aborder quand je parlais de vision du risque des financiers privés. Mais pour autant, il y a des histoires qui sont absolument remarquables sur ces secteurs-là. Quand tu vois les dernières transactions Louboutin, annoncées cette semaine. Il y a un savoir-faire qui est inouï en France, dans la création, qu'elle soit appliquée à la mode, à l'audiovisuel, au cinéma, à la radio, à la télé. Tu as une fibre créative absolument inouïe, et des acteurs de taille mondiaux. Je pense à Universal Music, je pense à Canal+, je pense à LVMH, tu as des parcours absolument remarquables. Mais pourquoi ces boites sont aussi successfull. Tu as dessous un tissu qui est absolument remarquable et qui, s'il est bien managé, j'en reviens à la dimension de binômes, avec une dimension créative et une dimension de gestionnaire. Si ces deux hémisphères sont bien reliés, il y a quand même un terreau pour que les ICC battent les rendements de beaucoup de secteurs comparables.

Le dernier mot juste. Toi tu dis qu'il y a du risque dans les ICC ? C'est quoi comme type de risque ? C'est sur la viabilité du projet, sur le résultat final ? C'est quoi que vous considériez comme étant le ou les risques ?

Les risques sont très liés au business model en fait, puisque ce sont des industries de prototype. En fait, tu viens sur le marché avec. Une proposition de valeur créative. Si tu es une marque de mode tu vas arriver avec une collection, si tu es un producteur de films, tu vas arriver avec un film sur le marché. Ces projets doivent être financés. Il y a des gens qui vont prendre des risques pour participer au financement et l'amener à l'écran. Et le jour de la sortie, tu es tributaire de quoi ? Tu es tributaire de l'aléa commercial Donc c'est quand même particulier. Tu as beaucoup de métiers où le risque est moindre. Dans le BTP, par exemple, on va te dire que tu dois construire cet immeuble à tel prix et en tels délais. Là, tu es soumis à un risque d'appétits du marché. Et derrière tout est préfinancé pour que tout arrive très bien dans les ventes sur le marché, et malgré tout, tu sais pas si tu vas gagner ta vie à la fin de la journée. C'est ça, la difficulté : Industrie de prototype et aléa commercial sur quasiment tous les secteurs de la création. Mais le revers de ça c'est que c'est extrêmement puissant à l'inverse parce que ta réussite après elle peut être quasiment illimitée. Une création, un bijou, d'un modèle unique que tout le monde va s'arracher, derrière tu peux décupler la valeur de ta création, parce que justement tu auras connu un succès sur le marché, qui est tel, que, finalement, il n'y a plus tellement de limites à la monétisation. Tu avoir accès si bien, si je reviens sur mon exemple, complétement bateau du chantier. Bah tu sais combien tu vas gagner et que ton immeuble soit bon ou pas bon, tu seras payé pour la même chose.
Je te remercie sincèrement pour le temps que tu as pris pour me répondre, je ne t'embête pas plus.

Annexe 4 :

Interview du 10/03/2021 menée avec Monsieur L, co-fondateur de l'entreprise A.
Echange qui a duré 30 minutes, réalisé via ZOOM, et enregistré à l'aide d'un téléphone pour faciliter la retranscription. Mes questions apparaissent en ORANGE, les réponses de l'interrogé en NOIR.

Bonjour Monsieur L, merci pour cet entretien et le temps pris pour répondre à mes questions, avant de commencer, je t'informe que cet entretien sera anonymisé si tu le souhaites. C'est un échange qui entre dans le cadre de ma thèse de doctorat portant sur le financement de l'innovation dans les industries de la culture et de la communication, que j'ai entamée en 2018 sous la direction de Philippe Bouquillion, au sein de l'Université Sorbonne Paris Nord.

Avant de commencer, pourrais-tu, s'il te plaît, te présenter ? Déjà, est ce que tu peux te présenter un peu de ton parcours, des expériences antérieures ? Ton diplôme ?

Avec mon associé on a fait les mêmes études à l'ENSAE, une école d'ingénieur en data sciences. Puis HEC, en double diplôme, le « master entrepreneur ». On s'est attaqué à cette boite juste en sortant en 2013, il y a 7 ans, à la base pour faire un outil de « Dynamic pricing » pour le monde de la ticketing basé sur des modèles de […] pour utiliser les stratégies de revenu management dans le monde de ticketing.
Et puis, on a levé un premier tour en 2014 avec des billets de 150 000 en levée en business angels. C'était en 2014. On a refait un tour équivalent en 2016 avec d'autres business angels. Donc c'était des business angels qui sont des experts du marché et qui connaissent l'entreprenariat, la tech, ces choses-là, et notamment le monde du sport et de l'Entertainment. Parce que nous on développe donc maintenant depuis 2016 une technologie de CRM pour le monde de l'Entertainment, du sport, des loisirs. CRM qui a pour objectif de faciliter l'accès des organisateurs d'événements et l'analyse de leurs données pour faire des stratégies marketing.

À l'origine du projet, l'étude de marché a montré que vous étiez sur un secteur qui était comment au niveau concurrence France / internationale ?

Il n'y a pas eu d'études de marché ou peu. On était passionné par ce milieu. On avait fait une école de data. On s'est dit Globalement, ce marché est à la préhistoire de la data. Qu'est-ce qu'on fait ? C'était un peu ça l'approche. Il y avait deux ou trois concurrents qui faisaient du CRM ticketing aux US. Il n'y avait rien en France et en Europe, les gens s'occupaient même très peu de data. C'était vraiment très en amont et très en avance par rapport à ce qu'il y avait à l'époque.

Ce qui vous a permis de lever des fonds relativement rapidement après le lancement de l'entreprise ?
Effectivement. Après, à HEC on apprend plus à lever des fonds plus qu'à faire des études de marché. Effectivement, on a bâti une petite équipe, créé une proposition de valeur qui était dans la tendance de ce que les gens achetaient à l'époque. Les investisseurs achetaient, donc oui on a levé quelques euros, c'étaient des BA, donc c'était gentil. Mais oui c'était ça l'idée et effectivement de partir sur quelque chose d'innovant. Ils ont parié sur une équipe à l'époque, encore en 2016 et sans doute aussi sur notre tour de petites séries A ou SEED en2018.

Et la stratégie avec ton cofondateur associé, c'était directement de lever des fonds ou c'était une opportunité ?

Non, c'est venu comme ça. On nous a dit très rapidement qu'il fallait s'entourer d'un board, d'actionnaires, surtout d'advisor. Et puis, on s'est rendu compte que l'on a fait pas mal de financement non dilutif, assez classique. On a tout fait, tous les financements non dilutifs possibles. Et puis on s'est rendu compte qu'il y allait avoir besoin d'investir dans une techno. Aucun de nous n'est Dev donc, on s'est dit, il va falloir investir dans ça, pouvoir rassembler un minimum d'argent pour faire ça.

Donc ça a été rapide ?

Oui, effectivement, parce qu'on a levé avant d'avoir un produit ou une offre très déterminée, très définie. C'est vrai. Après, c'était difficile, c'est une industrie qui est très compliquée puisqu'elle n'est pas mature et qu'on n'aime pas trop ces sujets-là. Donc, on a besoin de plus être sur un marathon qu'un sprint. On était au début de la bulle start up, c'était encore quelque chose qui était assez nouveau de travailler sur de la data marketing, verticalisation tout ça.

Et à ce moment-là, dans l'équipe, il n'y avait que vous deux où il y avait déjà des développeurs ?

Oui on avait recruté quelques dev, en stage ou en CDI. A l'époque, on était 6-7, quelque chose comme ça. On a commencé à bâtir des modèles, à chercher un peu ce qu'on pourrait faire, à se confronter au marché. On a fait beaucoup de consulting. Enfin consulting c'est un grand moment, on a fait des études statistiques quoi, pour des clients qui trouvaient ça marrant. Il n'y avait jamais eu cette proposition de valeur. On a fait quelques trucs comme ça, signé quelques partenariats, quelques gros contrats gros pour nous à l'époque, contrat qui nous a permis de développer un peu l'équipe, puis faire rentrer quelques actionnaires et avoir un minimum de business plan.

Donc, dès le début, vous avez commencé à générer du chiffre d'affaires

Oui on a pris un stagiaire développeur, on a trouvé un client qui voulait un outil sur mesure. Ça nous a permis d'apprendre. Ça a été un peu au gré des miracles, des rencontres dans notre incubateur.

Ah donc vous étiez incubés au départ ? C'est eux qui vous ont conseillé de lever des fonds ?
Ouais on était à Paris&Co. Entre autres, oui entre autres. C'est beaucoup, la culture HEC, la culture start up à l'époque ou si tu ne lèves pas t'as rien. Cette idée commence à se retourner.

Et du coup, ce premier tour de levée de fonds. Comment ça s'est passé les business angels ? Vous les avez contactés ou vous les connaissiez ?

Pour en avoir 10, on en a contacté 100. Réseau HEC, réseau des gens qui nous ont incubé, réseau de nos clients, Linkedin.

Et pareil pour la seconde levée de fonds ?

Ouais pareil, c'étaient les mêmes types, ils ont ramené quelques-uns de leurs copains.

Et entre les deux tours, il y a eu une grosse croissance ou pas ? La valorisation a évolué ou pas plus que ça ?

Faudrait que je ressorte, je ne connais pas par cœur. Mais il y a eu une croissance oui, on a dû doubler le chiffre d'affaires. Enfin, on ne partait de rien : en 2015 on ne faisait même pas 100.000 balles de chiffre d'affaires. Donc ça double vite. En 2018, là, on était à 40K de [*MRR : Revenu mensuel récurrent]* Au moment où a on a levé, avec NEWFUND et KIMA.

L'équipe a évolué à la suite de ces levées de fonds, vous avez pu embaucher comme vous vouliez ?

Ouais, sur les deux premières levées, on a recruté surtout des dév, un stagiaire marketing, des stagiaires sales. Mais nous le gros combat qu'on a eu c'est sur le CTO. On s'est trompé plusieurs fois. Et puis, on a beaucoup navigué sur une proposition de valeur en fonction de ce que le marché achetait, de la data Sciences Machine Learning, on est passé à des trucs très bateau, parce que le marché n'était pas prêt à acheter des trucs très avancés.
En termes de profils de recrutement, on est passé de mecs très capés, doctorants en data jusqu'à des développeurs Python qui font de la manipulation de données présentées de manière jolie sur un front web quoi. Donc, c'est l'ambition Data qui a décru au cours du temps.

Et typiquement, pas de business angels mais NEW FUND, ils mettent le nez un peu dans l'évolution de la tech ? Comment ça se passe, les relations au quotidien, avec peu ou pas au quotidien d'ailleurs ?

En 2018 est là pour le coup, on a vraiment recruté on est passé à 25. Et puis on est redescendu à 18. Je me suis rendu compte qu'on c'était un peu chauffé là. Sur un marché où en fait la levée VC ne nous a pas permis d'accélérer le rythme d'acquisition, tout simplement. On est sur un petit marché. En fait c'est un marché qui s'équipe et qui croît linéairement. On n'a pas fait d'exponentiel, on a continué en doublant les recettes, en doublant les RH, on génère le même chiffre d'affaires, la même croissance. **Donc, on a coupé un moment, on va dans le mur, on arrête et on va sur une croissance qui est pérenne**. Ce sont eux qui nous ont dit. On a de supers relations. Là, ça se passe bien pour le coup. Oui, ça se passe très bien, ils sont […], je pense qu'ils nous ont bien catégorisés dans on n'est pas dans le top 10 de leur boîte qui feront fois 100. On est dans le ventre mou. On n'est pas dans les 30% qui seront mortes dans les deux premières années. On fait partie des 60 du milieu qui vivotent. On fait entre 50 et 100% de croissance par an, donc c'est bien, mais depuis qu'ils sont rentrés. Mais bon, ça reste en dessous des thèses d'investissements. Forcément. Donc là on vient de passer le point mort l'année dernière, ça faisait 2 ans qu'ils ont investi. On est sur un marché vertical. NEWFUND achète beaucoup des niches. C'est intéressant comme comportement. Ils ne cherchent pas à absolument faire une grosse réussite et 90% d'échec. Ils sont plutôt sur un modèle un peu plus pérenne. C'est ce qui nous a attiré nous chez eux. Et puis ils travaillent beaucoup sur la digitalisation du métier de fonds. Ils sont assez opérationnels, contrairement à ce qu'on a entendu d'autres. Surtout depuis 18 mois, avec le COVID, ils mettent en place, pleins de ressources pour les managers. Des SLACK, des Welcome to the jungle partagés… des ressources qui permettent […] aux managers, après la faiblesse qu'ils ne connaissent pas le marché. Après ils ne peuvent pas connaître tous les marchés, mais ils ont effectivement un soutien assez intéressant. Ils nous suivent de manière assez intelligente et pas trop pressante. Ouais, je suis très content. Alors je n'ai pas beaucoup d'expérience des fonds. Mais par exemple KIMA ils investissent dans 100 000 start up, on ne les voit jamais. Mais NEWFUND ils sont assez opérationnels. Moi, je dis tous les deux mois, ils nous suivent sur pas mal de choses. Ils

nous ont mis à disposition des consultants ça c'était très intéressants, des experts de leur réseau, qui nous permettraient de péter certains, certains essieux qu'on avait. Donc ce sont des bons rendez-vous, après nous on est en début de fonds investis – ils ont misé 1.5 Millions -. Cela étant, on ne sait pas trop à quelle sauce être mangé par la suite.

Tu penses que le niveau d'exigence va augmenter au fur et à mesure ?

On fait partie de la moyenne de performance du Fonds en 2020, donc plutôt moyenne - haute, plutôt bien positionnés. Je te dis je pense que oui, ils n'investissent pas 90% de leur semaine sur nous, parce qu'ils doivent avoir quelques pépites qui vont exploser. Mais ils considèrent qu'on va faire une belle boite. Ils nous suivent et nous donnent des conseils, plutôt de bons pères de famille, ce qui est assez étonnant. Sans aucun positionnement, je ne sais pas si c'est en général ce qu'on dit des fonds, il faut le savoir, mais je sens une tendance un peu plus durable de l'investissement VC.
Eux ils sont très opérationnels, vraiment, ça fait depuis seulement 18 mois, mais beaucoup d'évolution, ils cherchent à digitaliser le fond. Après ils se vendent hein, comme toutes boîtes, ils ont une newsletter, ils font du branding, ils nous mettent en relation avec des managers spécialisés sur chaque métier, ils essayent de faire partager de bonnes pratiques entre leurs boites. C'est vraiment une nouvelle dimension depuis 18 mois. Avant, c'était assez cloisonné, on envoyait un reporting quand y pensait. Maintenant, il y a un outil de reporting complet qu'on envoie tous les mois. C'est assez structuré, mais on ne sent pas l'oppression. Je n'ai pas d'intérêt à les pousser en particulier. Mais je trouve que son côté opérationnel. Moi, j'appelle le partenaire est-ce qu'il connaît tel boite, tel boss, , et le mec se bouge, c'est cool, quoi. Après ils ne font pas de miracle mais c'est une super ressource. C'est ce que j'attends d'un investisseur. C'est vraiment dans la bonne tendance.

Ils vous ont mis en relation avec d'autres boites dans lesquelles ils avaient investi ?

Je pense notamment à KIUTE (https://pro.kiute.com/fr/) qui font les salons de coiffure, Flexibeauty. On a fait des call avec Ilan, qui est le fondateur de ça. Et puis d'autres du fond, surtout avec les partenaires, ils ont un bureau aux U.S. donc moi j'ai fait de Super Call avec des partenaires chez eux franco-américain, qui font du sales. Ils nous apprennent un peu à faire ça aussi. Il y a l'ancien PDG d'Allociné, qui est rentré chez eux il y a quelques années, il est très opérationnel, Frédéric KREBS, qui est chez NEWFUND.

Et du coup, tu disais KIMA ils ont commencé à investir aussi et ils ont débloqué les fonds ?

On a échangé un texto pour envoyer le dossier. On connaissait le mec qui gère le fonds. Et puis, on s'était parlé de trois fois avant 2018. En 2010, on lui a dit « on deal avec NEWFUND est-ce que tu veux en être ? », il a dit « oui tu m'envoies les papiers ». C'est rapide et efficace, on lui a posé trois questions en 3 ans il a toujours répondu, très bien. Donc on est content de nos investisseurs en vrai, ce n'est pas un sujet compliqué. Peut-être parce qu'on est dans une situation plutôt favorable, mais en se posant les questions sur la suite, c'est à dire une fois au bout de deux ans et demi d'invest. Ils sont sur un horizon, je pense, de 3 à 5ans, on est une boite qui a atteint le point mort, qui fait 50% de croissance par an, tu ne fais pas 200, mais tu ne fais pas 0, on a du cash. Donc c'est quoi le next Step ? On est un peu dans cet entre-deux, je pense où soit on arrive à trouver une traction plus fort, notamment à l'international, et donc ils vont aller chercher leurs copains pour faire une vraie série A, soit ils vont nous laisser vivoter. Je ne sais pas trop la suite, en fait d'ailleurs. Peut-être que tu la connais mieux que moi ?

Votre marché s'est développé depuis 2018 ou c'est toujours un marché de niche ?

Ça reste un marché de niche. Mais un marché qui a maturé. Donc, il y a des gens qui s'équipent. Y'a pas de croissance exponentielle du marché. Ça reste linéaire. On continue à faire une croissance linéaire en France si on veut chercher l'explosion, c'est à l'étranger.

Il y a des pays où c'est un marché qui a explosé ou pas ?

En fait, la France, est un pays développé et moins mature sur ces questions-là. Donc les pays étrangers, marchés étrangers, je pense qu'ils ont grossi à la vitesse, partent de plus loin, moins matures, donc. Donc en fait, ils avaient la capacité de démontrer une profondeur plus accrue. Donc aujourd'hui, moi, je dois aller aux UK, aux USA, au Canada, j'ai un marché qui est localement 5 à 10 fois plus gros que ce que j'ai en France. Aujourd'hui, j'ai un équipement de 5 à 10 nouveaux clients par mois.

Ça reste assez limité à 10 non ?

Le marché français, y a 10 mecs qui achètent ce qu'on fait par mois, j'en touche 5 à 6/7. Ma croissance elle est assez captée quoi.

Et tu as beaucoup développé ton offre commerciale pour capter encore plus de clients ou pas plus que ça. Est-ce que vous avez développé de nouveaux produits ?

Depuis, on a valorisé le développement produit avec, déjà structuré une vraie offre produits depuis 2016. La levée de fonds a été très claire, et c'est un produit où on fait de la RD en continu. Donc les 5 dév, ils font tout le temps de la R&D. On a découpé, compartimenté le produit. C'est un produit en SASS, donc on a découpé le produit, on a viré la moitié qui est plus dispo pour les new users, donc c'est des up sales. Et puis on développe des up sales par-dessus à chaque fois qu'on fait des nouvelles features qu'on met en release pour les mettre à disposition des différents clients. Donc Ouais, si tu veux, on développe en continu, on développe en continu de nouveaux produits qu'on propose à nos prospects. Oui, le produit a pas mal bougé. L'offre aussi. On a appuyé pas mal sur du conseil, ce sont des options qu'on a travaillées.

Et du coup, vous faites du Crédit d'impôt recherche je suppose ? Vous avez été JEI ?

Oui on est encore, ou on a été, je sais plus. On veut continuer à l'être.

Je me doute …
Tu penses que ça, c'est une question assez générale : est-ce que le fait de faire de la R&D a pesé dans les négociations au niveau des levées de fonds pour séduire les investisseurs ? Ou pas nécessairement plus que ça ?

Non, Oui, un peu, mais non en fait, ils regardent les chiffres, l'équipe, le CV de l'équipe, le marché. Donc nous la faiblesse du DECK était la taille du marché. Clairement, ce que le marché était en dessous d'un milliard. Un marché en dessous de 500 millions d'euros potentiels donc tout de suite, mais NEWFUND était allé plus loin, ils avaient un affect pour ce marché donc ils ont fait le deal. C'est vraiment une question de KPI classiques : taille de marché, CV de l'équipe, croissance. Bien sûr, il faut faire un minimum d'innovation. En général, toutes les start up en font. Ça a pas été un argument qui jouait pour nous. Nous l'innovation c'est l'adaptation d'un techno de marketing généraliste à un marché particulier. C'est ça l'innovation. Sinon on

est en retard par rapport à toutes les techno data marketing généralistes, sales forces et compagnies qui font des est beaucoup plus avancés que nous. Ce qu'on fait nous, on le fait pour un marché particulier. C'est ça notre spécificité, nous. Est-ce que c'est vraiment une innovation pour autant ? Alors oui, CIR, JEI, machin on leur raconte qu'on fait plein d'innovation, toutes les subventions aussi. Oui, c'est vrai, on fait plein d'innovation, mais ce n'est pas de l'intelligence artificielle poussée, ce n'est pas de la VR, on ne fait pas du bitcoin, de la Crypto. On ne fait pas des trucs très évolués, industriels, on fait de l'adaptation à un marché. On essaie de comprendre le comportement des clients. C'est une innovation plus de produit fonctionnel, plus qu'une innovation révolutionnaire.

Tu sais, la plupart des petites entreprises j'ai l'impression sont sur ce créneau-là, surtout dans le secteur des nouvelles technos de l'info-com, comme beaucoup de l'adaptation de techno à un marché particulier. La partie vraiment créative, il faut souvent la chercher dans le secteur des jeux vidéo, dans des secteurs plus culturels et encore que je ne suis pas convaincu. Et du coup, la question de la suite, tu me dis qu'est-ce qu'ils vont NOUS réserver ? Mais qu'est-ce que vous aimeriez vous pour la suite ?

Une question posée récemment. En vrai, je ne sais pas trop. On aime bien notre marché, on a un bon positionnement, on est moins de 20, donc l'équipe ne me prend pas la tête et sur cette boite qui fait de la croissance, tu auras de la valeur à la fin, parce qu'on a une industrie verticalisée, on a une belle techno et des références. Donc, la question est vraiment est ce qu'on reste […] Soit avec le résultat net on fait une LBO, on les sort et puis garde la boite 20 ans en mode PMF à l'ancienne première option. Deuxième option, on trouve une manière d'accélérer et on va aller voir pour lever 3, à 5 millions et on ouvre à l'international. Troisième option, on continue comme ça et on trouve un acquéreur. Mais je t'avoue on aime bien cette boite, on aime bien ce marché. On n'est pas pressé, pas pressé. On n'est pas sur une timeline pressée. Eux, j'imagine qu'ils doivent à un moment rendre leur argent ou je ne sais pas trop, donc est-ce qu'ils transmettent à d'autres fonds ? Enfin je ne connais pas trop la suite. En fait, je ne l'ai jamais vraiment vécu. Je sais qu'on a déjà été contacté par des cabinets de MNA, des mecs qui te font des études sur la valorisation de ta boîte, machin… Aujourd'hui, on a trop de travail pour la faire grossir. On a investi 3 ou 4 ans de R&D. C'est maintenant qu'on commence à voir un peu l'intérêt du SAAS, le coût marginal faible, la sales machine qui se développe. Le plus beau en termes de facilité de croissance j'espère qu'il est devant. Aujourd'hui, s'ils nous disent « on vend » bah je leur dis que c'est mort, et que ce n'est pas le moment. Il y a un marché à prendre. Il y a une reprise pour notre marché particulier après COVID. Je pense que notre horizon est plus large.

Et vous avez eu des conséquences négatives sur votre activité avec le COVID ou pas du tout ?

Non, parce qu'en modèle SAS, paiement sur 12 mois. Moi, je ne suis pas brillant particulièrement. Rien de rien de très brillant, c'est un modèle SAAS. Si je fais 10 boîtes, je ferais 10 modèles SAAS. Tu commences ton CA N+1 avec ton CA de l'année N moins le churn qui est faible. Donc ce sont des business model qui reposent sur le cerveau du fondateur. Et le COVID l'a prouvé aussi. Pour te dire, on fait 50% de croissance en 2020. Mais tu as des boites qui font 2000% et des boîtes qui sont au tapis en 2020, donc voilà nous on est au milieu.

Tu parlais du « churn », du coup, ça veut dire que la concurrence est de plus en plus forte ?

Pas plus que ça. Non, c'est des churn de mecs (clients), surtout pas matures, qui disent, en fait « mon CRM je ne l'utilise pas », « en fait je vais mourir, je suis une salle de concert de province », « mourir à cause du COVID ». Sinon, la concurrence c'est la concurrence généraliste, des outils CRM généralistes, des outils de marketing généralistes, qui disent « moi je m'en fiche de l'Entertainment, moi, je suis un gros, donc je te marche dessus ! » c'est ça, la concurrence.
Nous, on a choisi une verticale et puis on la travaille à fond, mais c'est sûr que notre concurrent principal est un généraliste 100 fois plus gros, qui a une meilleure techno et s'estime plus abouti.

OK, y'a pas la possibilité pour vous de vous faire acheter par un industriel du secteur ?

Il y a VIVENDI, FIMALAC, Sony, Vente privée, … Je pense que c'est encore un peu tôt en termes de maturité pour ces gens-là. Ils savent que la data est un sujet et ils savent qu'ils sont un peu à poil dessus. Ils savent qu'il n'y a pas beaucoup de boites, mais bon, aujourd'hui a quelques contacts, des boutiques qui viennent, qui se renseignent, machin. C'est toujours bien d'être dans leur radar mais on a encore de la croissance à faire.

Surtout que tu te dis que ça fait 3/4 ans de R&D que tu commences à peine, entre guillemets, à connaître le succès lié à ça. C'est cool. OK, écoute, tu as été super efficace parce que je n'ai pas beaucoup plus de questions. J'en aurais plein. Mais par rapport à ma thèse, je n'en n'ai pas beaucoup plus.

N'hésite pas à envoyer si tu as d'autres questions, si t'as oublié un truc.

En tout cas très cool. Merci beaucoup. J'espère que ça va continuer à bien se passer pour vous.
Bonne soirée. Merci Hugo. Bon courage pour la fin du. Merci beaucoup.

Annexe 5 :

Entretien mené le 12/03/21 avec le fondateur Monsieur R - durée 21 minutes. En ORANGE apparaissent mes questions, en NOIR les réponses de l'intérrogé.

L'entretien sera rendu anonyme dans le cadre de ma thèse. Donc, en fait, c'est que j'ai eu des entretiens avec des fonds d'investissement qui m'ont conduit un discours plutôt promotionnel, sur leur thèse d'investissement notamment. Pour donner suite à cela, je voudrais avoir la vision de l'accompagnement côté fondateur. Du coup, l'idée, c'est de voir un peu ta vision à toi des différentes levées de fonds réalisées. Comment ça s'est passé concrètement ? Où en es-tu de la stratégie de développement pour donner suite à ces levées de fonds ?

Moi sur cette start up là, *l'entreprise S,* j'ai fait que du CVC. C'est un peu particulier, et assez rare. Ça apporte des avantages et des inconvénients ; c'est l'avantage de l'argent assez facile du moment que t'as un peu de synergies industrielles. Le désavantage c'est l'accompagnement. Autant dire, le *fonds M* a été, à un moment donné, ils le sont peut-être encore, le plus grand VCV de France. Mais c'est des savants fous, ils n'y connaissent rien, ce n'est pas des entrepreneurs, c'est pas des gens qui viennent non plus de la finance, ou alors assez tardivement dans l'équipe du *fonds M*. Donc en gros une vraie catastrophe. C'est à dire qu'ils ne t'apportent rien en tant qu'entrepreneur, l'intérêt majeur c'étaient vraiment les synergies industrielles.

Tu as fait une première levée de fonds en 2015 ? Comment ça s'est passé la première levée avec le fonds M ? Comment tu les as rencontrés ? Qu'est-ce qu'ils ont proposé concrètement ?

Je sais plus le détail mais à un moment donné les fonds qui sont actifs ou qui veulent lancer leur fonds, comme c'était le cas, c'était au début. Donc ils font un benchmark, ils font un peu d'audit, ils sont à l'écoute du marché. Ils font aussi ce qu'on appelle des « rencontres investisseurs-entrepreneurs » et de mémoire ça devait être lors d'une réunion de ce type-là. Ensuite, ce qu'ils aiment bien c'est la vision. C'est vrai que par définition, ils adhérent à une vision d'entrepreneur, ça c'est bon, et après tu adhères à une vision produit. Et là-dessus, on était plutôt en phase puisque la vision que j'avais c'était d'agréger l'économie collaborative au sein d'une même plateforme. Le regret qu'on a eu, et j'ai failli couler la boîte d'ailleurs au bout de deux ans et demi, car cette vision d'agréger l'économie collaborative via une plateforme agrégative – intelligente, elle ne pouvait se faire que via un acteur très impliqué et assez lourd comme *l'entreprise M du fonds M*. Pourtant dans les faits, il y a eu un peu de laxisme et ils ne se sont pas vraiment impliqués. Tout le monde n'en faisait qu'à sa tête et ça a failli faire une vraie catastrophe.

Parce qu'eux, t'avaient promis un vrai support au niveau synergies, au niveau opérationnel ?

Bah oui c'est ça ; et dans les faits ça a un peu collapsé. Si tu veux derrière ça a été un peu tué dans le temps et dans l'opérationnel. En fait, le *fonds M* n'était pas staffé à aucun moment. Ce n'était pas staffé pour développer les synergies, et ils n'étaient même pas staffé pour gérer le fonds. Gérer les start up dans lesquelles tu investis, c'est du boulot, c'est de l'expertise, et ça ils ne l'avaient pas.

Et surtout, ils m'ont confié qu'au départ, en 2015, quand ils ont créé le fonds, c'étaient des salariés de l'entreprise M qui géraient le portefeuille du fonds M ?

Oui et ça l'a été jusqu'à très tardivement ! C'est une catastrophe.

Et ton ressenti par rapport à l'accompagnement du fonds BT (de l'entreprise BT), quel est-il ?

Eux, c'était un peu particulier. C'est un fonds sans être un fonds, mais ils ne savent pas trop ce qu'ils font. Ils ont assez peu de moyens. Il y a eu plusieurs restructurations de *l'entreprise BT*, qui est la maison mère du fonds, qui a impacté à chaque fois la gestion du *fonds BT*. Donc effectivement, il y avait un ou deux « cadors », des anciens de la finance de *l'entreprise BI* qui étaient dedans, mais concrètement c'est pareil, ça manque d'expertise, ce n'est pas des entrepreneurs, c'est un peu catastrophique.

Et toi, quand tu as créé ton entreprise, tu pensais directement qu'il fallait lever des fonds ou ça ne faisait pas partie de ta stratégie ?

Si, on était dans une approche plus BtoC à l'époque que maintenant, tu ne peux rien faire sur ce marché-là. Sur des solutions uniquement BtoB où tu trouves assez vite ton project fit, et que tes clients pro […] tu peux ne pas solliciter de levées de fonds et tu peux ne pas en avoir besoin mais quand tu développes une APP et qu'il faut être présent sur tous le App store, qu'il faut un peu d'acquisition, il y en assez peu de start up en BtoC qui peuvent se permettre de pas lever de fonds.

Et toi, t'es un acteur français référent sur l'économie collaborative quand tu as sélectionné ou quand le premier tour de levées de fonds, c'était important pour toi que ce soit des fonds qui s'inscrivent dans cette ligne-là, au moins d'un point de vue valeurs partagées ?

Oui c'est ça, en termes d'image, de valeur, vision, en tout, la vision était partagée. Je voulais du français, je voulais lever un maximum pour éviter de refaire un deuxième tour en suite. Bon bah c'était l'opportunité, sur ça, il n'y a rien à dire ça a été rapide, ça a été plutôt sain comme opération, c'est après que c'est parti en vrille.

D'accord, et d'un point de vue historique, vous réalisez la première levée de fonds en 2015, cela te permet de staffer ? de développer ? Concrètement à quoi te servent les fonds ?

Bah ça permet de staffer oui. Tout de suite, on passe de trois personnes à quasiment 15 et ça permet de faire les choses bien.

Et tu prends quoi comme profil ?

Il y a de tout : du marketing, du growth, du dév, et puis j'ai toujours cumulé 3-4 jobs en même temps.

Et cela te permet de faire une deuxième version plus aboutie de l'appli ou pas du tout ?

Si si, aujourd'hui on est à la version 4 mais à l'époque oui, il n'y aurait pas eu de V2, pas de V3… Après à refaire, je ne le referais évidemment pas comme ça. C'était l'argent trop vite et trop facile. Ce qui peut être, je pense, ne te challenge pas assez quoi je crois. Quand tu as de l'argent trop facilement, ce n'est pas bon non plus.

Et leur niveau d'exigence a augmenté avec le temps ou pas plus que ça ?

Pas plus que ça.

Et toi, ça t'a permis de faire de la croissance, d'augmenter ton chiffre d'affaires ou comment ça s'est passé ?

Oui oui évidemment. C'est le fioul, donc c'est difficile de faire sans ! Ça nous a permis de pivoter à deux reprises.

Quand tu dis « pivoter », tu parles de la stratégie ?

Oui le modèle économique.

Ok, et derrière tu refais quand même une levée de fonds ?

C'est en 2018 je crois, donc vachement après.

Qui prend part au tour ? les fonds BT et le fonds M remettent de l'argent ?

L'entreprise BT n'était pas à la première, donc ils sont rentrés à ce moment-là. Et le *fonds M* remet à équivalent, pour être au niveau de *fonds BT*. C'est souvent comme ça que ça fonctionne. Je crois que le *fonds BT* met à ce moment-là, 300 ou 400, et le *fonds M* remet autant.

Et tu en as d'autres qui rentrent ? D'ailleurs, j'ai lu dans la presse que BPI France a participé à cette seconde levée. Sous quelle forme ?

BPI ce sont des aides, j'en ai eu pleins. Ce sont des avances remboursables ou des trucs comme ça. Mais ça, ces détails-là, on ne les communique pas dans la presse, ils s'en foutent un peu. Donc oui bien sûr, j'ai actionné la BPI à chaque étape.

Au niveau de votre projet de R&D, les investisseurs qui vous suivent ont un regard et un avis ? Ils vous font des retours concernant le développement de la technologie ?

Ah non mais pas du tout ! tu n'as pas d'entrepreneurs, t'as pas de tech, t'as rien du tout. Déjà les fonds classiques ils ont du mal, alors les CVC, ils n'y connaissent rien, mais rien. *L'entreprise M* connaît l'assurance, point.

Pourtant, sur votre activité et votre projet de R&D, il y aurait pu avoir des opportunités pour eux non ?

Bah ouais mais après nos exigences sont assez élevées Hugo, l'idée c'était de développer un champion, un leader digital dans ce domaine-là, international. Je dois t'avouer qu'il faut du niveau d'un Facebook ou d'un Uber… de manière globale, en France, on est un peu à poil. Alors en plus, si tu attends que ton fonds, Corporate, mutualiste assuranciel t'apporte une expertise dans le growth hacking, la scalabilité des plateformes, etc., tu te mets un doigt dans l'œil.

En ce moment, vous gagnez des parts de marché au Japon en ce moment c'est ça ?

Oui, parce que je suis allé chercher un deal avec le couteau entre les dents et je suis allé signer ça mais bon la rien à voir avec les fonds. Nous on est sur un marché très compliqué, très politique, et en France on en chie quoi.

Mais vous, en France, vous êtes leader sur votre marché non ?

Ouais mais ça nous fait une belle jambe d'être leader en France, sur un pays qui n'a pas la maturité pour les solutions qu'on apporte. C'est triste à dire mais ce sont les conclusions qu'on fait depuis quelques temps.

Oui je comprends. Et toi tu penses que ça va être quoi la suite pour vous dans les prochaines années ? Qu'est-ce que tu aimerais toi ?

Bon ce n'est pas quelque chose qu'il faut communiquer, mais moi en accord avec les actionnaires, donc les *fonds BT et M*, j'ai compris qu'ils n'allaient pas remettre au pot si on devait un jour, refaire un tour de table. Donc ce qui m'a fait enclencher moi depuis deux mois, un mandat de M&A avec une banque d'affaire parisienne. Donc là on regarde pour un rapprochement avec un concurrent ou un industriel, pour sauver le projet.

Ah oui, c'est à cause de la situation en 2020, du COVID ? Le résultat n'est pas bon ?

Bah COVID compliqué oui. En 2019, on était sur une très bonne lancée, on a dépassé le million d'euros. Et cette année on devait faire 1,6Millions mais à cause du COVID, il y a eu un vent de panique auprès de nos acteurs de l'immobilier, les bailleurs sociaux donc ils ont fait le mort pendant 6 mois. Après voilà on était déjà en fin d'année, on décale ça à l'année prochaine donc là on essaie de rattraper le coup mais voilà, 2020 ce n'était pas top.

Bon bah super, je ne t'embête pas plus, je voulais avoir ta vision de la relation avec les fonds et de leur accompagnement pour voir un peu la différence avec leur discours. Tu as quelque chose à ajouter ?

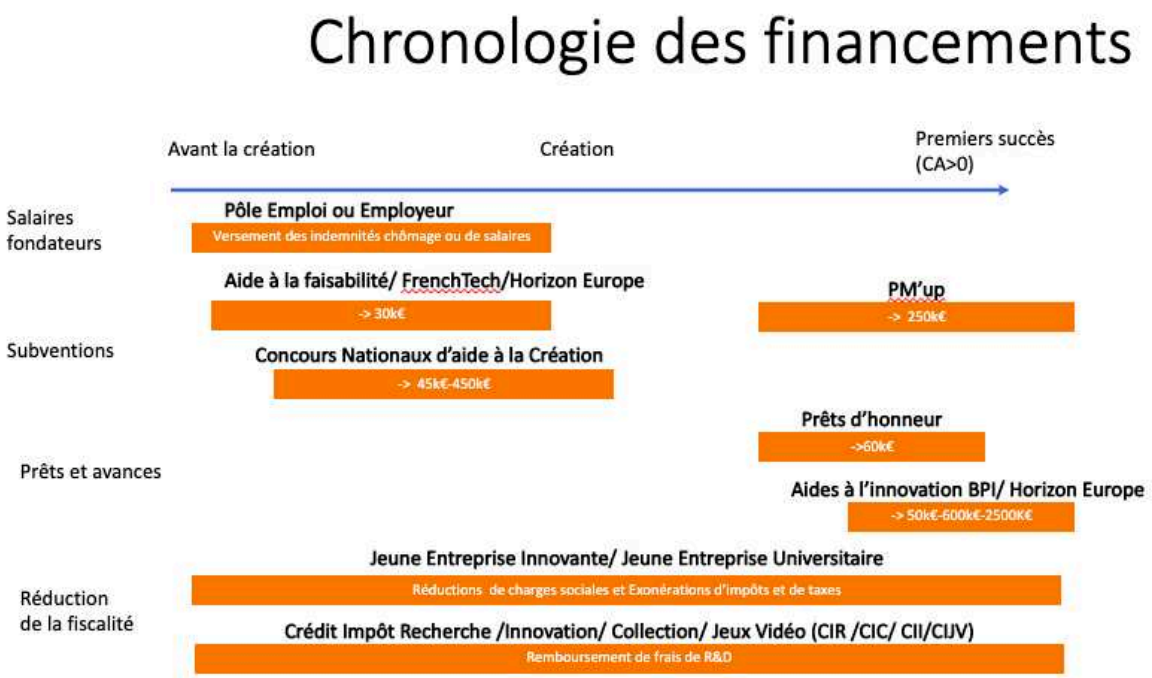
Bah non, enfin bon ce qu'il faut retenir, c'est que chaque dossier est différent, chaque entrepreneur est différent, que les fonds assez tradi, parisiens, ont quand même une certaine nomenclature à respecter, ils ont une certaine grille de lecture à appliquer. Ce n'est souvent pas très innovant et c'est souvent les mêmes métriques qu'ils regardent. Alors je ne dis pas que notre éco système et notamment depuis la création de la FRENCH TECH dans laquelle je suis impliqué depuis le début n'a pas une issue positive. Heureusement qu'il y a ça ! mais finalement combien de champions ont créé sur combien de plantages derrière ? Il faut aussi quelquefois prendre plus de risques, en plus maintenant il y a l'IMPACT qu'il vient se rajouter donc ça laisse croire à beaucoup d'entrepreneurs que l'impact c'est un modèle, bah non en fait. Là aussi grosse désillusion depuis deux ans : il y a une émergence de fonds IMPACT importante, c'est bien mais il ne faut pas se voiler la face. Ce qui leur faut ce sont des modèles économiques qui tournent, avec de la viabilité financière. Et l'impact n'est qu'une surcouche pour eux. Donc il ne faut pas se tromper.
Autre point, BPI France est quand même un acteur particulier, je crois que BPI est le premier ou le deuxième fonds direct en France. Ils investissent peut-être presque trop et n'importe comment, mais là ça mériterait une thèse à part entière. C'est-à-dire que tu as la France, qui se veut être à la pointe de l'innovation, qui investit assez lourdement, je sais plus combien de milliards tous les ans. Et on a un acteur public, BPI France, qui est numéro 1 ou numéro 2 je sais plus, & l'entité délègue beaucoup aux régions et les régions investissent sur des projets concurrents, c'est-à-dire qu'on a parfois des projets presque identiques dans lesquels la BPI a investi dans des régions différentes, et bah forcément y aura qu'un gagnant, quand y a un gagnant hein. Et du coup c'est de l'argent gaspillé de manière assez phénoménale et ça c'est

fou. Il y a un manque de stratégie d'ensemble, de coordination, il y a de l'argent, on le dépense mais so what ? C'est fou, mais plus qu'on ne le croit, c'est phénoménal.
Mais bon, on ne va pas refaire le monde… Ce qui est sûr c'est que j'aurais peut-être été plus… tu vois c'est là où la start-up, l'entrepreneur doit être exigeant, et presque plus que le fonds. Être exigeant vis-à-vis des fonds, et ça notamment les petites entrepreneurs, ils n'osent pas, même si c'est normal.
Je dois te laisser Hugo, j'espère que ça te va. N'hésite pas si tu as des questions.

Merci, merci pour ta transparence, ça m'aide beaucoup. Je reviens vers toi très vite.

Annexe 6 :

Chronologie des aides dans les premières années suivant la création de l'entreprise jusqu'aux premiers succès



Annexe 7 :

Liste et caractéristiques des fonds d'investissements ayant participé aux levées des entreprises étudiées

ORIGINE DU FONDS	DATE DE CREATION DU FONDS	FONDS / INDUSTRIEL / ACTEUR PUBLIC	TYPE D'INVESTISSEMENTS	TICKETS D'INVESTISSEMENT MOYEN
France	2010	Fonds	Seed, Serie A	300 000 - 1 500 000 €
France	N.C	Industriel	capital développement, capital risque, capital transmission	1 000 000 - 1 500 000 €
US	2013	Fonds	Pre-seed, Seed ou Serie A	200 000 - 1 500 000 €
France	2001	Fonds	capital développement, capital risque, capital transmission	100 000 € - 20 000 000 €
France	1997	Fonds	Pre-seed, Seed, Serie A, Serie B	150 000 - 7 000 000 €
UK	2006	Fonds	N.C	N.C
US	1986	Fonds	Private Equity	100 000 - 50 000 000 €
France	2017	Fonds	Série A	100 000 - 5 000 000 €
France	2000	Fonds	Seed, Serie A	100 000 - 100 000 000 €
US	1984	Fonds	N.C	N.C
France	2012	Acteur public	capital développement, capital transmission	100 000 - 60 000 000 €
France	1816	Acteur public	capital développement, capital risque	1 500 000 - 10 000 000 €
France	2019	Industriel	capital risque	150 000 2 000 000 €
France	2002	Fonds	pré-amorèage, amorçage	150 000 - 1 000 000€
France	2000	Fonds	capital développement	2 000 000 - 7 000 000 €
France	2014	Fonds	N.C	N.C
France	2001	Fonds	N.C	N.C
France	1997	Fonds	N.C	N.C
France	2012	Fonds	N.C	N.C
US	2012	Fonds	N.C	N.C
France	2003	Fonds	capital développement, capital risque, capital transmission	1 000 000 - 30 000 000 €
Arabie Saoudite	1980	Fonds	N.C	50 000 000 - 600 000 000 €
France	1985	Fonds	capital innovation, LBO	N.C
France	1965	Industriel	N.C	N.C
France	2015	Industriel	Seed, Serie A, Serie B	500 000 - 5 000 000 €
France	2012	Industriel	N.C	N.C
France	2018	Industriel	N.C	N.C

France	2015	Fonds	N.C	700 000 - 1 500 000 €
France	2015	Industriel	Capital risque	750 000 - 3 000 000 €
France	1982	Fonds	Capital risque	200 000 - 2 000 000 €
Hollande	N.C	Fonds	Serie A, Serie B, Serie C +, Serie C Growth	5 000 000 - 15 000 000 €
France	2000	Fonds	N.C	N.C
France	2007	Fonds	capital innovation, LBO	500 000 - 5 000 000 €
Liban/ Arabie Saoudite	1987	Fonds	N.C	N.C
France	2004	Fonds	capital investissement	N.C
France	1999	Fonds	capital développement, capital risque, capital transmission	N.C
US	2008	Industriel	N.C	N.C
US	1958	Industriel	N.C	N.C
France	2018	Fonds	Seed, Serie A, Serie B, Serie C +, Serie C Growth	3 000 000 €

Annexe 8 :

Présentation générale du panel

Nombre d'entreprises étudiées	**60**
Dépenses intérieures de personnel de R&D	19 681 470€
CIR perçu	11 239 410 €
Effectif total de R&D (en ETP)	835
Nombre de salariés (non chercheurs compris)	7454
Dont contrats CIFRE	2
Dont « petites docteurs »	4
Nombre de JE ayant réalisé au moins une levée de fonds	27
Montant connu des levées cumulées	1 496 350 000 €
Rachat par un industriel	10
Nombre de fonds différents ayant investis dans les entreprises du panel	43
Nombre de fondateurs	124
Dont femmes	6

Annexe 9 :

Le tableau ci-dessus montre l'école/ l'université ayant délivré les diplômes obtenus par les fondateurs des 60 petites entreprises étudiées

Ecole/ Université	Nombre de fondateurs concernés
ACTORA Paris Cinema	1
Ecole d'Architecture	1
BTS Gennevilliers	1
CELSA	1
CESI -Campus d'enseignement supérieur et de formation professionnelle	1
CNAM	5
CORNELL University	1
Ecole 42	2
Ecole centrale de Paris	1
Ecole du barreau- CRFPA	1
Ecole National Supérieure des Arts Décoratifs de Paris	1
Ecole Polytechnique	2
Ecole supérieure de commerce de Reims	1
Ecole supérieure d'études cinématographiques	1
EDHEC Business School	5
EFAP	1
EHESS	1
EM Lyon	2
ENSAAMA	1
ENSEIRB MATMECA	1
ENSIIE	1
ESC Nantes	1
ESCG	1
ESCP Europe	6
ESEIA	1
ESIEE Management	1
ESSEC Business School	5
Formation développeur	1
Formeca Mecavenir	1
Gobelins	1
HEC	7
IAE Paris Sorbonne	1
ICD (groupe ISEG)	1
ICH, institut de droit et d'économie appliqués à l'immobilier	1
IGR-IAE RENNES	1
INSEAD	1
INSEEC	1
Institut de Haute Finance (IHFI)	1
Institut National des Télécommunications d'Evry	1
Institut Paul Bocuse	1
Institut Supérieur d'Informatique, de Modélisation et de leurs Applications (ISIMA)	1
ISG	3
ISIMA	1
ISM	1
ITIN, Cergy-Pontoise	1
IUT Génie Electrique	1
LIMOS CNRS	1
MBA NYU	1

Polytechnique	1
Sciences Po	1
Stanford	1
Stetson University	1
Telecom EM Evry	1
Télécom Paris	1
Université Blaise Pascal Clermont	1
Universite Franche Comté	1
Université Jean Moulin Lyon 3	1
Université Le Havre	1
Université Paris 1	1
Université Paris 7	1
Université Paris Dauphine	4
Université Pierre et Marie Curie	2
Univesité St Quentin	1
UTBM	1
N.C	27
Total général	**96**

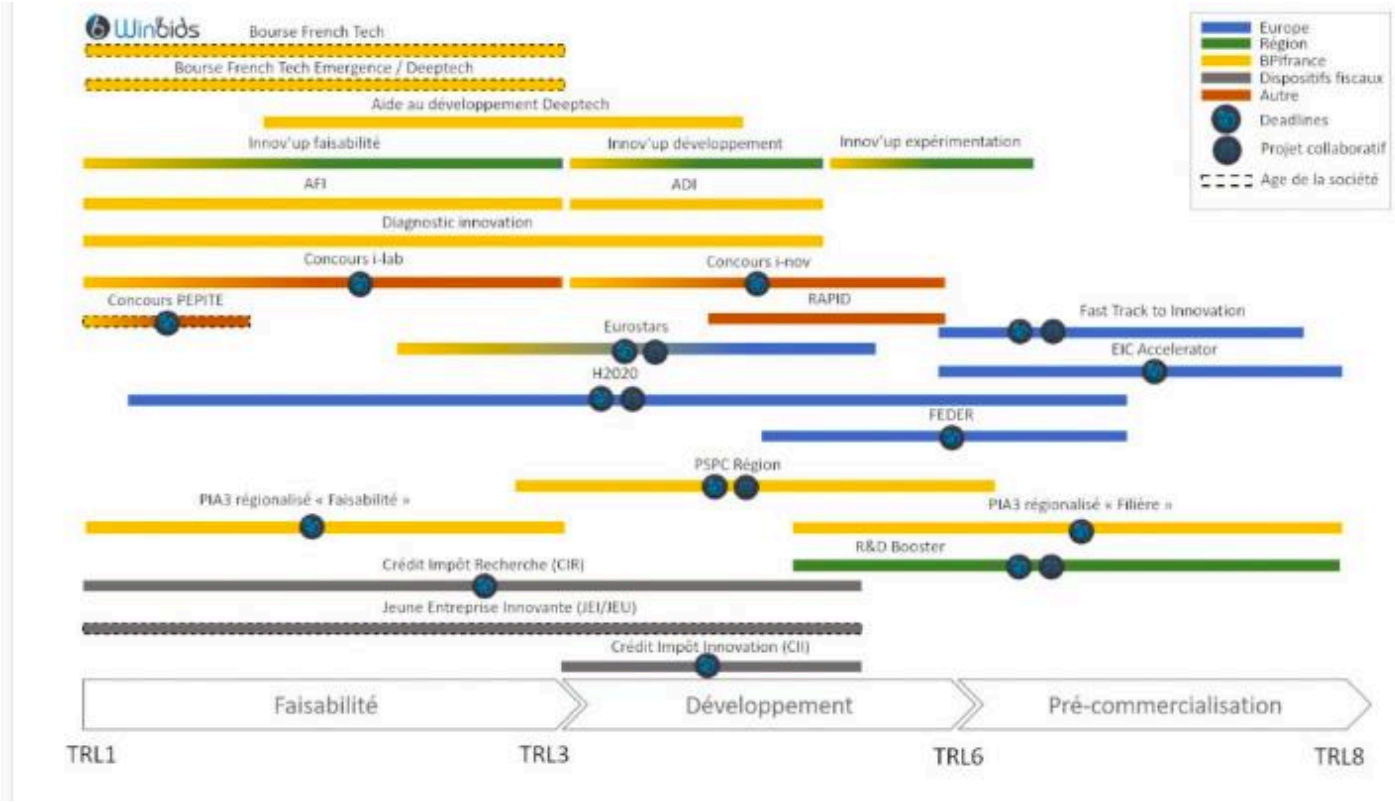
Annexe 10 :

Le tableau ci-dessus répertorie les disciplines des diplômes obtenus par les fondateurs des 60 petites entreprises étudiées dans le cadre de cette recherche. Ont été exclus de ce tableau les fondateurs n'ayant obtenus aucun diplôme du supérieur, ainsi que les fondateurs dont la discipline de diplôme n'a pu être retrouvée et saisie dans la base de données. Les disciplines les plus représentées sont donc le commerce (28), et l'ingénierie (19). Les disciplines liées aux industries culturelles sont peu représentées.

Discipline du diplôme obtenu	Nombre de fondateurs concernés
Cinéma	2
Design	4
Droit	1
Electronique	1
Génie électrique	1
Géographie	1
Industrie	1
Informatique	5
Ingénierie	19
Intelligence Artificielle	3
Management	4
Marketing	4
Mécanique optique	1
Multimédia	2
Réalité virtuelle	1
Robotique	2
Sciences	1
Sciences Humaines	1
Sciences politiques	2
Commerce	28
Economie	3
Hôtellerie	1
Information - communication	3
Entrepreneuriat	5
Comptabilité	1
Architecture	1
Télécommunication	1
Total général	**99**

Annexe 11 :

Les aides publiques à l'innovation en fonction de la maturité du projet
https://www.winbids.fr/aides-a-linnovation/



Annexe 12 :

Objectifs des politiques publiques d'innovation (issu de l'étude de la CNEPI)

Tableau n° 2 – Familles d'objectifs et liens avec les défaillances de marché et autres justifications des politiques d'innovation

1 – Augmenter les capacités privées en R & D	2 – Accroître les retombées économiques de la recherche publique	3 – Développer les projets de coopérations entre acteurs, les réseaux	4 – Promouvoir l'entrepreneuriat innovant	5 – Soutenir le développement des entreprises innovantes
Tendance à l'insuffisance des dépenses privées en R & D au regard de l'optimum social, en raison des externalités liées au savoir, qui possède les deux principales caractéristiques d'un bien public (à savoir la non-rivalité et la non-exclusivité) et de ce fait est difficilement appropriable et incite les entreprises à imiter leurs concurrents au lieu d'investir elles-mêmes dans la R & D.	Existence de défaillances systémiques freinant la diffusion du savoir issu de la recherche publique : • relatif cloisonnement de la recherche publique ; • problèmes de titularité et de gestion des droits de propriété intellectuelle ; • sous-dimensionnement (fragmentation) des structures en charge de la valorisation et du transfert technologique, compte tenu de la masse critique nécessaire en la matière ; • problèmes d'incitation concernant les agents de la recherche publique (critères d'avancement en matière de carrière, etc.).	Besoin d'infrastructures technologiques et de capacités d'intermédiation technologique. Nécessité d'une coordination pour éviter la duplication inutile de certains efforts de R & D ou d'innovation et susciter des synergies. Existence de défaillances systémiques, du fait de facteurs institutionnels ou comportementaux liés notamment à de mauvaises interactions entre certains acteurs du système d'innovation (relations asymétriques entre grands groupes et PME, faibles liens entre les PME et les laboratoires publics).	Existence de barrières à l'entrée et/ou de barrières à la sortie liées à des coûts fixes irrécouvrables (*sunk costs*). Degré de concurrence parfois inapproprié (insuffisant sur certains marchés, excessif sur d'autres). Obstacles administratifs à la mobilité des ressources humaines provenant des grandes entreprises et des laboratoires publics.	Rationnement du financement de l'innovation, en raison d'imperfections sur le marché des prêts bancaires : absence de collatéraux et incertitude sur les profits futurs, d'où une très forte asymétrie entre prêteurs et emprunteurs. Développement insuffisant des marchés portant sur les investissements à haut risque : sous-dimensionnement du capital-investissement (notamment pour le *late stage*, en direction des entreprises à croissance rapide).

Source : CNEPI, 2015

Annexe 13 :

Quels dispositifs en fonction des objectifs cités en annexe 13

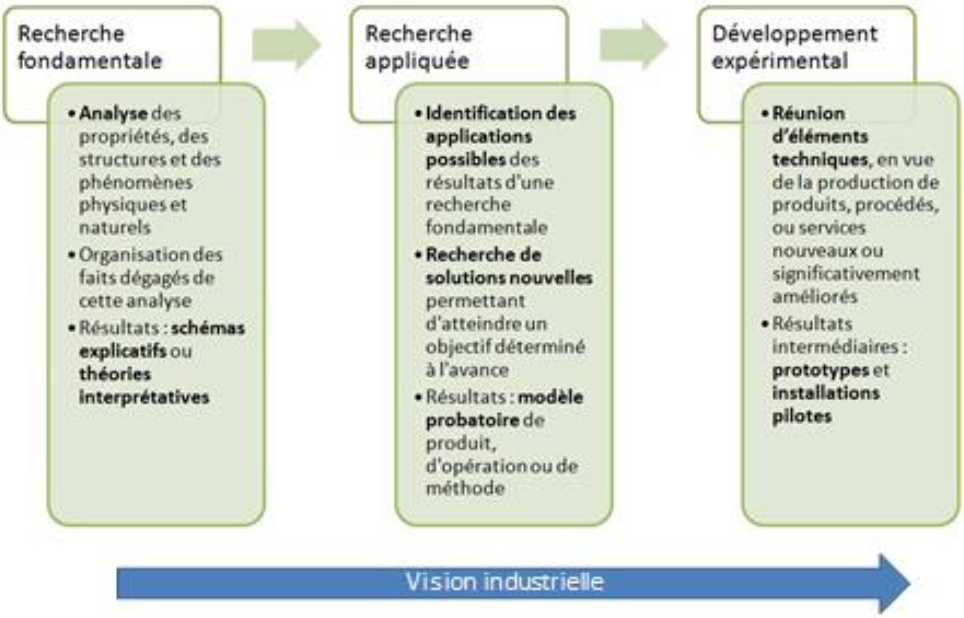
Tableau n° 4 – Les dispositifs nationaux d'aide à l'innovation par objectif principal en 2014-2015, date de création (et objectifs secondaires)

1) Augmenter les capacités privées en R & D	2) Accroître les retombées économiques de la recherche publique	3) Développer les projets de coopérations entre acteurs, les réseaux	4) Promouvoir l'entrepreneuriat innovant	5) Soutenir le développement des entreprises innovantes
CIFRE : Convention industrielle de formation par la recherche entreprise, 1981 (2) (3) **CIR** : Crédit impôt recherche, 1983 (3) (4) **CIR-Préf.** : Préfinancement CIR, 2014 (4) **CTI** : Centres techniques industriels, 1948 **Défis sociétaux,** 2006 (3) **DEnergieRD** : Démonstrateurs énergies renouvelables et décarbonisés, 2010 **ISI** : Innovation stratégie industrielle (2005, ex-AII) (5) **RAPID** : Régime d'appui pour l'innovation duale, 2009 (3) **SRC** : Structures de recherche sous Contrat, 2014 (3) **Véh Futur** : Véhicule du futur, 2010 (3)	**ASTRID** : accompagnement spécifique des travaux de recherche d'intérêt défense + ASTRID maturation, 2011 **CAP'TRONIC** : Programme CAP'TRONIC, 1991 **Chaires industrielles,** 2012 **CVT** : Consortia de valorisation thématique, 2010 **Incubateurs** loi 1999 (5) **Instituts Carnot,** 2006 (3) **PRTT CEA** : Plates-formes régionales de transfert technologique, 2014 (3) **SATT** : Sociétés d'accélération du transfert de technologie, 2010 (3)	**Clusters EUREKA,** 2010 **EUROSTARS,** 2007 **ECSEL** : Initiative technologique conjointe, 2014 **FUI** : Fonds unique interministériel 2006 (1) **Grappes E** : Grappes d'entreprises 2009 **KETS** : Technologies clefs innovantes 2013 **IRT** : Instituts de recherche technologique, 2010 (2) **ITE** : Institut pour la transition énergétique, 2010 (2) **Labcom** : Laboratoire Commun, 2013 (2) **Nano 2017,** 2013 (1) **PFMI** : Plateformes mutualisées d'innovation, 2010 (2) **PIAPE** : Pôles d'innovation pour l'artisanat et les petites entreprises, 1990 **PIPC** : Prêt à l'industrialisation des pôles de compétitivité, 2013 **PTCE** : Pôles territoriaux de coopération économique, 2014 **PSPC** : Projets structurants pour la compétitivité, 2010 (1) (5) **TCI** : Territoires catalyseurs d'innovation, 2015	**AP- CIE** : Appel à projets "culture d'innovation et entrepreneuriat" 2014 **FNA** : Fonds national d'amorçage Initiative technologique conjointe ECSEL, 2010 (2) **JEI** : Jeune entreprise innovante, 2004 **i-Lab** : concours national création d'entreprises de technologies innovantes, 1999 (2) **(Métropoles) French Tech** , 2013, et **(Accélérateurs) French Tech,** 2015 (5) **PPA** : Prêt participatif d'amorçage Post 2005 **SEE** : Soutien à l'entreprenariat étudiant, 2014	**AI** : Aides à l'innovation (1967, Anvar) (1) **CDT CRT PFT** : Cellule de diffusion technologique (2007), Centre de ressources technologiques (1996), Plateforme technologique (1999) **Cap R cap D** : Capital risque - capital développement, 2010 **CII** : Crédit impôt innovation, 2013 **CMI** : Concours Mondial de l'innovation Innovation de rupture/programme de soutien à l'innovation majeure 2014 (4) (2) **CV** : Corporate venture, 2014 (4), en projet **FISO** : Fonds d'innovation sociale, 2015 (3) (4) **FNI** : Fonds national d'innovation, 2013 **FNI ER.** : FNI, expérimentation régionale, 2014 **Fonds Ecotech** : Fonds Echotechnologie, 2010 **France Brevets,** 2011 **FSN, Num** : Fonds national pour la société (2010) et numérique"usage et technologies numériques", 2014 **FSPI** : Fonds souverain de propriété intellectuelle, 2014 **ISF-PME** : ISF-PME et « Madelin » 1997, (et 2012) **PAC** : Programme d'accompagnement des PME et ETI "Coaching INPI", 2013 **PIAVE** : Projet industriel d'avenir, 2014 (1) (3) **PPI** : Prêt pour l'innovation, Post 2005 (BDPME) **PTOI** : Prêt à taux zéro innovation 2005 (1) **PAI** : Prêts à l'industrialisation, 2013 (1) **TRPI** : taxation à taux réduit des revenus de la propriété intellectuelle

Source : CNEPI, 2015

Annexe 14 :

Définition de la R&D par le manuel de Frascati



Annexe 15 :

Tableau des dépenses fiscales rattachées à la mission « Recherche et enseignement supérieur » (issu de https://www.senat.fr/rap/l19-140-323/l19-140-32326.png)

Tableau récapitulatif des dépenses fiscales rattachées aux programmes relatifs à la recherche de la mission « Recherche et enseignement supérieur »

(en millions d'euros)

Intitulé du programme et de la dépense fiscale	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Fin du fait générateur	Fin incidence budgétaire
172 - Recherches scientifiques et technologiques pluridisciplinaires	**3 274**	**5 555**	**5 099**	**5 560**	**6 105**	**6 005**	**6 500**	**6505**		
Crédit d'impôt en faveur de la recherche (200302)	3 269	5 550	5 094	5 555	6 100	6 200	6 500	6500	Non bornée	
Exonération des établissements publics de recherche, des établissements publics d'enseignement supérieur, des personnes morales créées pour la gestion d'un pôle de recherche et d'enseignement supérieur et des fondations d'utilité publique du secteur de la recherche pour leurs revenus tirés d'activité relevant d'une mission de service public (300208)	5	5	5	5	5	5	5	5	Non bornée	
142 - Enseignement supérieur et recherche agricoles	**nc**	**nc**	**nc**	**nc**	**nc**	**nc**	**nc**	**nc**		
Exonération des revenus patrimoniaux des établissements publics scientifiques, d'enseignement et d'assistance pour leurs revenus fonciers agricoles et mobiliers (300201)	nc	nc	nc	nc	nc	nc	nc	nc	Non bornée	
192 - Recherche et enseignement supérieur en matière économique et industrielle	**681**	**608**	**399**	**402**	**865**	**635**	**806**	**246**		
Crédit d'impôt en faveur de l'innovation (CII) (200310)	-	160	108	173	157	190	195	200	2022	2023
Réduction d'impôt au titre de la souscription de part de fonds communs de placement sur l'innovation (110218)	32	29	30	32	32	43	31	32	Non bornée	
Exonération totale ou partielle des bénéfices réalisés par les jeunes entreprises innovantes existantes au 1er janvier 2004 ou créées entre le 1er janvier 2004 et le 31 décembre 2019 et les jeunes entreprises universitaires (230604)	13	13	11	9	11	13	13	14	2019	2027
Exonération totale ou partielle des bénéfices réalisés par les entreprises participant à un projet de recherche et de développement et implantées dans une zone de recherche et de développement (200308 puis 220105)	1	1	ε	2	2	2	1	-	2009	2019
Exonération des sociétés unipersonnelles d'investissement à risque (300207)	ε	ε	ε	ε	ε	ε	ε	-	2008	2019
Imputation sur le revenu global du déficit provenant des frais de prise de brevet et de maintenance (160103)	ε	ε	ε	ε	ε	ε	ε	ε	2020	2029
Exonération des dividendes perçus par l'associé unique d'une société unipersonnelle d'investissement à risque (140124)	ε	ε	ε	ε	ε	ε	ε	ε	Non bornée	
Taxation au taux réduit des plus-values à long terme provenant des produits de cessions et de concessions de brevets (320139)	630	400	250	186	663	387	566	-	2018	2019
Exonérations des plus-values de cession d'actions ou de parts de sociétés agréées pour la recherche scientifique ou technique; de titres de société financières d'innovations conventionnées (230504)	nc	nc	nc	nc	nc	nc	nc	-	2018	2019
Total dépenses fiscales rattachées à titre principal	**3 955**	**6 163**	**5 498**	**5 962**	**6 970**	**6840**	**7311**	**6751**		

Source : réponse au questionnaire budgétaire de votre rapporteur spécial

Annexe 16 :

Entreprises déclarantes et bénéficiaires du CIR selon le type de dépenses déclarées en 2018 (source MESRI)

48.02 | Entreprises déclarantes et bénéficiaires du CIR selon le type de dépenses déclarées en 2018

France entière

	Nombre de déclarants[1]	Nombre de bénéficiaires[1]	Dépenses déclarées (en M€)	Répartition des dépenses (en %)	Créance (en M€)	Répartition des créances (en %)
Recherche	18 385	15 691	23 252	94,2	6 521	95,7
Innovation	8 106	7 895	1 267	5,1	254	3,7
Collection	929	893	179	0,7	36	0,5
Ensemble	**26 358**	**21 024**	**24 698**	**100,0**	**6 812**	**100,0**

[1] Bénéficiaire : Entreprise bénéficiant effectivement du CIR. Il s'agit de l'entreprise déclarante lorsque l'entreprise est indépendante, et de la mère du groupe lorsque le groupe est fiscalement intégré. Dans ce dernier cas, les filiales du groupe déclarent le CIR chacune de leur côté et la mère bénéficie du CIR consolidé de l'ensemble du groupe.
[2] Hors double comptes des déclarants et des bénéficiaires émargeant au CIR au titre de plusieurs types de dépenses.

Source | MESRI-DGRI-SITTAR, GECIR novembre 2020

Tableau 2 – La répartition du CIR selon le secteur d'activité en 2018 (en pourcentage)

Secteur d'activité (APE) de l'activité de recherche	Part des dépenses recherche (en %)	Part de la créance recherche (en %)	Part de la créance collection (en %)	Part de la créance R&D+THC (en %)	Part de la créance innovation (en %)
Industries manufacturières	**63,30**	**60,93**	**92,85**	**61,11**	**24,58**
Industrie électrique et électronique	14,14	14,60	0,70	14,52	6,80
Pharmacie, parfumerie et entretien	12,34	10,83	Nd	10,77	0,44
Industrie automobile	9,02	7,46	Nd	7,42	1,63
Construction navale, aéronautique et ferroviaire	7,42	6,51	Nd	6,47	0,58
Chimie, caoutchouc, plastiques	5,12	5,47	Nd	5,44	1,72
Industrie mécanique	3,81	4,08	0,70	4,06	5,54
Métallurgie et transformation des métaux	2,77	2,96	Nd	2,95	2,42
Hydrocarbures, production d'énergie	2,43	2,35	Nd	2,33	0,16
Industrie agricole et alimentaire	2,24	2,40	Nd	2,39	0,75
Textile, habillement, cuir	0,46	0,49	88,93	0,98	0,95
Autres industries manufacturières	3,54	3,78	1,91	3,77	3,59
Services	**34,31**	**36,50**	**7,15**	**36,33**	**74,49**
Conseil et assistance en informatique	13,41	14,35	Nd	14,28	43,43
Services d'architecture et d'ingénierie	6,54	7,01	Nd	6,97	8,46
Recherche et développement	4,57	4,91	Nd	4,88	0,85
Commerce	2,03	2,17	5,11	2,19	6,79
Conseil et assistance aux entreprises	1,75	1,88	Nd	1,87	5,82
Services bancaires et assurances	1,74	1,86	Nd	1,86	0,81
Services de télécommunications	1,69	1,56	Nd	1,55	0,94
Autres services	2,57	2,75	1,27	2,74	7,39
Autres secteurs	**2,39**	**2,57**	**Nd**	**2,56**	**0,93**
Agriculture, sylviculture, pêche	1,64	1,77	Nd	1,76	0,09
Bâtiment, travaux publics	0,75	0,80	Nd	0,79	0,84

Champs : dépenses de recherche (lignes 1 à 31b de la déclaration 2069A au titre des dépenses de l'année 2018), de collection (L32 à L38b) et d'innovation (L70 à 82b). Un travail de réaffectation a été effectué pour les secteurs Holdings et Services de R & D : les sociétés mères du secteur Holdings ont été réaffectées au secteur d'activité de leur filiale réalisant le plus de dépenses de recherche ; les sociétés issues des services de R & D ont été réaffectées d'après leur branche de recherche déclarée dans l'enquête R & D.

Source : MESRI-DGRI-Sittar, GECIR novembre 2020 (données provisoires) et Insee, répertoire Sirene

Annexe 17 :

Tableau du MESRI concernant la répartition du CIR selon le secteur d'activité en 2018