en dégage la conviction que pour bien comprendre ici le rôle de l'espace il importe de donner la priorité à l'étude de l'interaction sociale dans des milieux sociaux et des contextes spatiaux différents. Et, dans les toutes dernières lignes on peut lire si le lieu mérite d'être observé, il demande à être organisé par un acteur qui reconnaît en lui un passage obligé. Le géographe (et pourquoi pas tout autre agent de développement local) deviendrait ainsi un facilitateur d'interaction.

De cet ouvrage passionnant dont je ne saurais trop recommander la lecture, je retiens que le processus d'innovation est sélectif dans ses alliances : on n'innove pas avec n'importe qui. Il faut bien reconnaître que l'on vit dans un monde bien différent de celui d'Amand Bombardier et autre Thomas Edison. ■

Chambre de commerce et d'industrie de Paris, *Innover en Île-de-France : 32 priorités pour les PME*, Paris, Développer et entreprendre, La documentation française, 2007, 219 p.

Les 32 priorités mentionnées n'occupent que huit pages à la toute fin d'un ouvrage qui, pour l'essentiel, met en relation l'innovation et la PME avec une application à la région de l'Île- de- France. Malgré l'existence des gisements de croissance importants dans les PME, on signale que la majorité des études en matière d'innovation se rapporte aux grandes entreprises et à la recherche publique. Pour pallier cette situation, la CCIP a identifié six domaines d'actions prioritaires :

- L'accompagnement des PME : projets innovants et accès au financement;
- La coopération centre de recherches/ PME : diffusion de l'information et transfert de technologie;
- Les relations PME/Grands comptes (comprendre grandes entreprises);
- Les pôles de compétitivité (un concept que les Québécois tardent à importer alors qu'ils se sont précipités, à une époque, sur celui des districts industriels ou autres systèmes de production locaux);
- La formation dans le domaine du management de l'innovation et de l'entrepreneuriat;
- Les PME au cœur de la stratégie régionale de développement de l'innovation.

Les deux rédactrices de ce rapport (à peine remerciées s à la toute fin) ont signalé que la France ne fait pas partie des chefs de file européens en matière d'innovation si on prête foi au classement du Tableau de bord européen de l'innovation. Elles n'ont pas osé signaler où se situe l'Hexagone dans un palmarès dominé par la Suède, la Finlande, la Suisse, l'Allemagne et le Danemark. Comme leur étude porte sur la région Île-de-France, il importe de prendre en compte que le poids démographique des PME (entreprises de moins de 500 salariés) qui s'y trouvent représente 99,3% des établissements et 69% des salariés alors que celles de moins de 50 salariés comptent pour 96,5% et un peu moins de la moitié de l'ensemble des salariés.

Ce petit livre (format d'un *Que Sais-je?*), de présentation fort agréable, contient un grand nombre de fenêtres, soit pour mettre en évidence une citation d'un entrepreneur interrogé (*Paroles d'entrepreneurs*), soit pour illustrer un cas (*Bonnes pratiques*). Comme exemple de ces paroles voici une opinion que ne nierait pas un entrepreneur québécois :

> «*Ce qui est alarmant c'est de rencontrer des chefs d'entreprise qui ont des idées et n'arrivent pas à mettre en œuvre leur innovation en raison de la complexité*

administrative, ou de la difficulté à recruter… ou de la frilosité de leur environnement, notamment financier.»

On comprend ainsi pourquoi, selon une enquête, 73% des PME de Paris ne connaissent pas les dispositifs de soutien aux PME alors que seulement 4% d'entre elles avouent bénéficier d'aides publiques.

«*Mieux vaut chercher des clients que perdre son temps à chercher des ressources financières publique*»

ne craint pas d'affirmer un autre entrepreneur.

En plus de ces vignettes, de nombreux tableaux et schémas accompagnent le texte de façon à bien illustrer les propos. L'un de ces schémas - le processus tourbillonnaire - est emprunté à un «certain» PA Julien, que je soupçonne être mon collègue, qui montre comment se présentent les interactions et les allers-retours entre les dimensions et l'innovation dans l'entreprise. Une illustration en couleurs fait voir que le processus d'innovation n'a rien de linéaire, ses différentes composantes s'articulant de manière dynamique avec des interactions entre elles. En fait, il est bien précisé que l'innovation au cœur des PME se manifeste par différentes pratiques souvent imbriquées entre elles. Ces pratiques se veulent parfois rien de moins qu'un jeu. Oui, tous les entrepreneurs interrogés ont fait part de leur amusement à travers l'acte de création. Ce dernier, s'il est aussi vu comme un défi culturel, a également une dimension collective car il suppose l'engagement de tous les métiers et fonctions de l'entreprise de même que la motivation de tous les acteurs. Enfin, l'innovation se caractérise par une démarche transsectorielle fait-on observer. On y voit, en effet, une recherche de complémentarité à la faveur d'un croisement de filières et de secteurs d'activité. Oui, reconnaissons-le, si exporter pour une PME c'est difficile, il en est de même pour innover.

C'est pourquoi, lit-on que les PME appellent de leurs vœux l'émergence d'un «relais» ou d'un «point d'entrée» qui serait le premier interlocuteur de confiance en vue d'orienter les dirigeants de PME. Un schéma illustre ce que pourrait être ce relais susceptible d'orienter les PME vers les organismes spécialisés ayant trait, entre autre, à la veille concurrentielle, au transfert de technologie, au financement public et privé, aux incubateurs et autres pépinières et, bien sûr, aux centres de recherche universitaires ou parapublics. Il s'agit ici de la première priorité signalée dans ce rapport. Au hasard, parmi les 32 qui se décrivent brièvement, on trouve :

- Créer des interfaces entre financiers et entreprises innovantes pour différentes raisons (!);
- Augmenter le nombre d'investisseurs type *Business angels*;
- Augmenter les contrats d'affaires avec les grands groupes;
- Intégrer dans les cursus des chercheurs, ingénieurs, étudiants des formations à l'entrepreneuriat, au management de l'innovation, etc.;
- Promouvoir l'expérience des PME qui innovent.

Les informations divulguées tout au long de l'ouvrage sont accompagnées de nombreuses références bibliographiques et d'adresses Internet fort utiles. Comme si ce ne suffisait pas, des annexes offrent au lecteur davantage de bonnes adresses Internet présentées par catégories. Avis donc aux baladeurs du Quai Voltaire : un arrêt à La documentation française vous permettra de glisser cet ouvrage dans votre poche après, bien sûr, être passés à la caisse. Vous en aurez pour votre argent. ■

André Joyal
Université du Québec à Trois-Rivière

Notes

Notes

Notes

Notes