

**MIEUX SAISIR L'IMMATÉRIEL :
QUE PEUT-ON ATTENDRE DES INVESTIGATIONS STATISTIQUES ?
(Projet d'intervention à la session du 20 janvier 2006 du Colloque ACN)
B. Camus, INSEE, Département des activités tertiaires**

RESUME

L'investissement immatériel pose un lancinant problème d'observation au statisticien. En matière d'observation statistique, nous en sommes encore à un stade expérimental avec des démarches multiples mal intégrées. On illustre ce constat par un rapide aperçu d'enquêtes statistiques en cours.

La statistique d'entreprises française a toujours cherché à profiter d'un ancrage comptable pour asseoir son observation. On a pu penser que l'évolution comptable conduirait à définir un concept élargi d'investissement avec un contenu immatériel et qu'il suffirait d'observer cette notion microéconomique pour en déduire un concept élargi d'investissement. Les statisticiens d'entreprises ont fait leur deuil de cette approche, ils se sont rabattus sur une approche plus parcellaire par domaines : on ne vise plus à mesurer une notion agrégée d'investissement immatériel mais à cerner différentes composantes immatérielles d'un effort d'investissement de l'entreprise.

S'agissant de l'investissement immatériel, on peut distinguer deux grands domaines : un premier où il existe un référentiel méthodologique international explicité par des manuels (manuel de Frascati sur la R&D et manuel d'Oslo sur l'innovation) avec des enquêtes statistiques régulières ; un deuxième où la réflexion internationale n'a pas encore abouti à des normes. Ainsi on peut distinguer plusieurs types de capital intellectuel accumulé dans l'entreprise :

- . Le capital humain (investissement en formation, en gestion des connaissances,...) ;
- . Le capital organisationnel ou de structure interne à l'entreprise : savoir-faire inscrit dans des formes organisationnelles, modèles et marques ;
- . Le capital de clientèle ou de réseau : capital commercial (constitué par les investissements en marketing ou publicité) ; capital relationnel constitué notamment par les réseaux de relations interentreprises stratégiques avec des fournisseurs ou des clients (gestion de réseaux d'enseigne par exemple).

De récentes enquêtes de la statistique publique ont abordé ces différentes dimensions : enquête sur les moyens et modes de gestion de l'immatériel (2005/2004), enquête sur le changement organisationnel et les technologies de l'information et de la communication (2006/2005). Ces enquêtes sont emblématiques de cette approche morcelée. On y cherche moins à mesurer un montant de dépenses immatérielles qu'à cerner le type de moyens mis en œuvre, le dispositif de gestion associé et les visées stratégiques avec quelques indicateurs le plus souvent qualitatifs.