

STANDA

Mesdames et Messieurs,

Ce n'est pas par hasard que 2009 a été proclamée « Année européenne de la créativité et de l'innovation ». Si l'on se base sur des chiffres et faits établis, dont les résultats décevants de la Stratégie de Lisbonne, ceci apparaît plutôt comme une démarche pragmatique, et même comme un appel urgent. Sans science, technologie, créativité, innovation, il ne peut pas y avoir de prospérité économique ni de développement social. Ce n'est pas une affirmation de la droite ou de la gauche, des socialistes ou des conservateurs. Ce n'est pas une question à traiter par les États Membres individuels, mais par l'Union Européenne dans son ensemble, par notre continent en tant que tel.

Peu importe que les objectifs formulés dans la Stratégie de Lisbonne aient été guidés plus par des considérations politiques que par une réflexion réaliste. Ce qui est important, c'est que le gouffre entre l'Europe et les États-Unis au niveau de la recherche et des innovations s'est creusé encore davantage depuis l'adoption de celle-ci, que l'Europe commence à perdre son souffle dans la course contre les économies émergentes asiatiques. Cela fait des années que l'Europe a constaté qu'elle manquerait près d'un million de chercheurs en 2010. Et qu'a-t-il été fait ? L'an prochain, nous constaterons que, en effet, il nous en manque autant.

En République tchèque, il y a 3 chercheurs par mille employés. Ce chiffre est de 6 dans les États Membres développés, mais de 10 au Japon. Sur le nombre total du personnel travaillant dans la recherche sur notre continent, il y a près d'une moitié de créatifs. Au Japon, ceux-ci représentent 76 %.

On peut observer le même décalage en ce qui concerne l'application pratique de la science, comme les chiffres des Offices de la Propriété Intellectuelle en parlent clairement. La mise en valeur insuffisante des connaissances générées dans la recherche publique est un des problèmes graves de la Communauté. Au niveau européen, le transfert des connaissances entre Universités et instituts de recherche publics d'une part, et entreprises d'autre part, se heurt sur de nombreuses barrières, depuis celles culturelles qui séparent les deux univers, jusqu'au morcellement du marché des connaissances et technologies, en passant par un manque de stimulants ou des obstacles d'ordre juridique.

Je me permets de démontrer le retard du management scientifique et le piètre niveau du marketing sur deux exemples de la République tchèque. Il faut remarquer que le cas suivant est néanmoins considéré par les médias, par les cercles scientifiques et par la classe politique tchèque comme un exemple d'application réussie des résultats.

Ma collègue a mentionné le nom du Professeur Antonín Holy, de l'Institut de chimie anorganique et de biochimie de l'Académie tchèque des Sciences. Au top mondial de son domaine, il a découvert de nombreuses molécules antivirales très efficaces, dont le médicament le plus efficace à ce jour contre le SIDA. Son institut a cédé les droits – même ceux à ses découvertes futures – à la société américaine Gilead. Les médicaments provenant du laboratoire de Pr. Holy représentent près de 40 % du bénéfice dégagé par cette société. Des estimations très approximatives parlent d'un milliard de dollars en 2007. Selon des rapports qui ont été publiés, l'institut tchèque a dégagé un bénéfice de 20 millions de dollars grâce aux royalties reçues, soit 2 % du bénéfice généré par les découvertes de Pr. Holy.

Un autre institut tchèque a « glorieusement réussi » à céder son brevet à un prix correspondant à la moitié de la subvention publique reçue pour le projet.

On peut parler du marketing, du financement de la science et du développement, des critères, de la nécessité de bâtir des ponts entre Universités et sociétés industrielles, de créer un marché européen des connaissances et technologies, de la politique de brevets et d'autres facteurs. Du point de vue de notre

société dont l'objet social est la vulgarisation de la science et technologie, je tiens à m'arrêter à un fait particulier :

Selon les chiffres de la Commission européenne, une moitié des jeunes européens faisant leurs études de troisième cycle aux États-Unis ne reviennent plus en Europe.

Pourquoi ne reviennent-ils pas ? Sont-ils moins bien payés en Europe ? Y manquent-ils de statut social correspondant ? Les conditions matérielles pour la recherche y sont-elles moins bonnes ? Y manquent-ils de perspective de développement de carrière ?

La réponse sera probablement de dire – tous ces facteurs jouent leur rôle. Résultat : la science et le développement européens souffrent d'un afflux insuffisant de jeunes, ce qui les fait vieillir, se rigidifier, stagner – et il en sera ainsi aussi longtemps que nous ne réussissons à persuader la jeune génération d'accepter les meilleurs cerveaux comme leurs idoles, au lieu des meilleurs héros des films d'action ou modèles. Il en restera ainsi aussi longtemps que nous n'élevons l'éducation sur un piédestal des valeurs individuelles et sociales.

L'an dernier, notre société a lancé la première édition d'une compétition destinée aux étudiants des écoles secondaires européennes, appelée Innovating Minds. Si je devais définir son objectif, je dirais que nous souhaitons précisément aider à créer des nouveaux idoles pour la jeunesse, et à bâtir ce piédestal pour l'éducation.

La compétition est ouverte à tout étudiant européen de moins de 20 ans. La première édition a attiré la participation de 60 individuels ou équipes de 12 pays. Les lauréats ont été choisis par un jury dont la composition est notre fierté, et qui prouve le caractère prestigieux de la compétition.

#### **Vizuál 9:                   The Jury**

1. Prof. **Richard Hindls**, Prague University of Economics' Chancellor (Czech Republic), Chairman
2. Prof. **Richard R. Ernst**, Chemistry Nobel Prize (1991) (Switzerland)
3. Prof. **R. Timothy Hunt**, Medicine Nobel Prize (2001) (UK)
4. **Jiří Šneberger**, Vice - Chairman of the Czech Republic Senate (Czech Republic)
5. **Martin Jahn**, Managing Director, Volkswagen Group Russia
6. Prof. **Alain Roger**, Université Jean Moulin, Lyon (France)

7. Prof. **Rudolf Hanka**, MA, Ph.D., University of Cambridge (UK)
8. Prof. **Jan Z. Kubes**, MBA, Director of MBA Consulting Projects, IMD Lausanne (Switzerland)
9. **Marie Čermáková**, Czech Academy of Sciences' Institute of Sociology Manager (Czech Republic)

## Vizuál 10: Innovating Minds 2008 Winners

### **C1 – ICT, Vítkovice a.s. Award**

**Jakub Marian (\*1989)**

4<sup>th</sup> class – lyceum, Prague

Submitted Project: Simulation of liquids using a particle-based approach, Czech Republic, Prague

### **C2 - Health and Quality of Life**

**Florian Wacha (\*1989)**

3<sup>rd</sup> class – HLFS Ursprung (secondary school for agriculture), Elixhausen

**Andreas Schwertl (\*1990)**

3<sup>rd</sup> class – HLFS Ursprung (secondary school for agriculture), Elixhausen

Submitted Project: Hemochromatosis-recognizing it early may save lives Austria, Thalgau

### **C3 – Environment, Veolia Voda a.s. Award**

**Marian Lucian Olteanu (\*1992)**

10<sup>th</sup> class, philology, C.N „Carol I“, Craiova

**Mirela Corina Margelu (\*1992)**

10<sup>th</sup> class, science, C.N „Elena Cuza“, Craiova

Submitted Project: The biological **disproff** with sexual hormones at the main **detrimentals** in the apple's cultivation in Dolj

Romania, Craiova

### **C4 - Product and Technology Innovations, Aero Vodochody a.s. Award**

**Marco Boem (\*1989)**

5<sup>th</sup> class, Malignani, Udine

**Michele de Bortoli (\*1989)**

5<sup>th</sup> class, Malignani, Udine

**Alessandro Pivetta (\*1989)**

5<sup>th</sup> class, Malignani, Udine

Submitted Project: Bioreactor for the production of autolyzed yeast from fermentation lees Italy, Udine

Les prix, chacun accompagné d'une rémunération de 5 000 euros, ont été remis aux lauréats lors d'une soirée gala tenue le 22 octobre dans le bâtiment du Sénat tchèque à Prague. Voici les premiers lauréats :

Bien sûr, il y a pas mal de questions que l'on se pose. La première édition a-t-elle été un succès, au point de réaliser l'ambition de devenir le prix européen le plus prestigieux pour les étudiants des écoles secondaires ? Cette compétition est-elle capable d'accomplir les objectifs de fond qu'elle s'est fixés ? Un prix lancé non pas par un organisme international, mais par une société privée d'un État Membre, peut-il devenir une telle compétition ? Quelles sont, en fait, les conditions préliminaires pour réussir l'organisation d'un tel événement ?

Je vais essayer de regarder notre projet sous un angle marketing, car je pense qu'un schéma similaire s'applique aussi à de nombreux autres projets. Il me semble important de rappeler que nous ne sommes ni un organisme public, ni un organisme supporté par le budget public, ni même une fondation – nous sommes une société privée dont les activités visent à dégager un bénéfice. Dans ce secteur, il s'agit d'un cas rare. Or, revenons-en aux questions essentielles que nous nous sommes posées :

**Vizual 11:**

- 1. Why this Contest and What Is its Purpose?**
- 2. How to Organize It?**
- 3. How to Make It Prestigious?**
- 4. What Difficulties Will We Have to Overcome?**

1. Pourquoi organiser cette compétition, où voulons-nous en venir, à quoi doit-elle contribuer ?
2. Comment l'organiser ?
3. Comment obtenir son prestige ?
4. Quelles sont les difficultés qui nous attendent ?

**Vizual 12:**

**What Does the Contest Aim to Contribute to?**  
**+Creating New Idols for Young People**

1. +Making European Young People to Meet, Pulling Down Barriers  
**+Popularizing Science and Scientific Career**  
**+Strengthening Links Between Colleges and Application Industries**

Pourquoi donc la compétition Innovating Minds? Quels sont nos objectifs ?

1. Créer des nouveaux idoles pour la jeune génération
2. Faire des jeunes de toute l'Europe se rencontrer, enlever les barrières
3. Vulgariser la science, améliorer l'attrait de la carrière scientifique
4. Renforcer les liens entre Universités et secteurs d'application

Ces points-ci me semblent assez clairs, et il serait superflu de les développer, sauf peut-être pour le dernier de ceux-ci. Comment une compétition de ce genre-ci peut-elle contribuer à bâtir des ponts entre Universités et Grandes Écoles d'une part, et les industries d'application d'autre part ? Nous avons approché ce problème par le biais du financement de l'opération. La compétition est exclusivement financée par des fonds privés. Chaque prix porte le nom de son sponsor – société. Nous avons choisi nos sponsors parmi les sociétés dont les produits utilisent les résultats de la recherche et du développement dans une forte mesure, en leur proposant les avantages suivants :

1. Renforcer l'image de la société, par son association à un projet d'utilité publique
2. Recherche de ressources humaines
3. Accès à des idées et découvertes
4. Possibilité de suivi

Cette approche s'est démontrée très efficace. Je peux citer en exemple le groupe international Veolia Environnement. À la suite de l'expérience que sa succursale tchèque a faite de la compétition estudiantine nationale, elle est aussi devenue un des sponsors d'Innovating Minds au niveau européen. Elle a associé son nom au prix dans la catégorie Environnement, et qui joue un rôle important dans ses activités. Elle a fait valoir son engagement dans l'Innovating Minds dans une campagne publicitaire, et a même commencé à travailler avec un des participants qui a découvert une nouvelle méthode efficace de nettoyage des biogaz. À présent, des travaux sont menés pour parachever le développement de cette

méthode, afin d'en préparer l'application pratique. Dans le même temps, la société a choisi plusieurs étudiants dans trois pays différents, et qu'elle souhaite embaucher à terme.

À propos de la deuxième question : Comment organiser la compétition, et comment obtenir son prestige?

1.1.1.1.           Vizuál 13:                           Preconditions for Success

- 1. Impartial and Prestigious Jury**
- 2. Sufficient Financial Motivation for the Winners**
- 3. Open and Democratic Contest**
- 4. Financing**
- 5. Promotion and Media Support**
- 6. Cooperation with Partners**

Laissant de côté des questions techniques telles que rédaction des règles et définition des catégories, il s'agit des points suivants :

1. Un jury impartial and prestigieux
2. Une motivation financière suffisante pour les lauréats
3. Caractère ouvert et démocratique de la compétition
4. Financement disponible
5. Promotion et support des médias
6. Coopération avec des partenaires

J'ai déjà mentionné le jury, et je considère sa composition comme un grand succès. La rémunération financière de 5 000 euros pour chaque lauréat correspond à nos objectifs. Le montage financier a pu être réalisé malgré le fait qu'il se soit agi de la première édition, ce qui confronte les sponsors à l'inconnu et suscite leur réserve très compréhensible. Je vais mentionner d'autres points dans la dernière partie de mon exposé, et dans laquelle nous avons mené une réflexion sur les difficultés que nous aurions à surmonter, et qui nous semblent essentielles pour le succès de notre projet.

**Vizuál 14: Difficulties to Be Overcome**  
**+ Handicap of a Private Organizer**  
**+ National Initiative for an International Project**  
**+ "Competition"**  
**+ Promotion**

Grâce à notre expérience abondante, nous étions bien conscients du fait que l'organisation par une entité privée était plus flexible, plus simple, plus efficace. Or, comment ceci sera-t-il vu par notre environnement, notamment dès lors que celui-ci n'est plus national, mais européen ?

Nos bonnes références nationales nous ont permis d'obtenir le soutien du Président du Sénat tchèque, M. Přemysl Sobotka. Ce dernier est devenu un coorganisateur officiel de la compétition, le Sénat a mis à notre disposition ses locaux de représentation pour la soirée gala, et le Président du Sénat a rencontré tous les lauréats. Ainsi, le projet a obtenu un soutien officiel de la classe politique qui a ainsi parrainé une initiative privée.

Le sous-titre de notre projet est « Czech Awards for Young Europeans ». Il s'agit d'exprimer l'idée qu'il s'agit d'un apport tchèque à la coopération communautaire. Notre compétition ne cherche pas à se substituer à celles organisées par des institutions européennes, telles

qu'Eurocontest, et encore moins à se battre contre celles-ci. Notre propos est seulement de dire que, pour devenir une compétition européenne de prestige, être organisée par une institution européenne n'est pas une condition sine qua non. D'ailleurs – les Prix Nobel, également les plus prestigieux du monde, ne sont décernés ni par l'UNESCO, ni par l'ONU. Il y a deux points essentiels qui nous distinguent de l'Eurocontest :

1. Nos catégories ne sont pas définies au niveau des disciplines telles que mathématiques, physique etc., mais sur la base de sujets transversaux, un élément qui – à notre avis – est de nature à encourager une approche interdisciplinaire chez les étudiants, et est aussi mieux adapté à la recherche de solutions pratiques. Dans le même temps, cette catégorisation est plus attrayante pour nos sponsors.
2. Tandis que l'Eurocontest a ses structures dans les différents pays, et ses organisateurs nationaux qui peuvent choisir trois projets au plus, à l'issue d'un processus long et lourd, les étudiants déposent leurs candidatures directement chez nous, indépendamment de toute réglementation, consentement de leur école ou commission. La compétition en devient beaucoup plus dynamique, ouverte et entièrement démocratique.

Ce qui s'est avéré le plus difficile, c'est la promotion et le support médiatique ; ceci est, d'ailleurs, une des raisons pourquoi nous apprécions cette opportunité de présenter notre compétition devant vous. Ce n'est pas sans raison que l'on dit, dans le monde publicitaire, que si l'on n'est pas visible à la TV, c'est comme si l'on n'existait pas. Il y a deux dimensions à ce problème-ci : d'une part, il s'agit de diffuser les résultats de la compétition, ce qui relève simplement d'une bonne maîtrise des relations publiques, d'autre part – ce qui est considérablement plus difficile – de faire connaître l'existence de notre compétition, ses conditions, délais etc. aux étudiants de dizaines de pays.

En dehors du réseau d'organisations estudiantines Milset, nous avons mis à contribution de nombreux canaux officiels. Par le biais du Ministère de l'Éducation Nationale tchèque, nous nous sommes adressés aux ministères compétents des États Membres, nous avons informé les ambassades de ces pays à Prague, ainsi que les ambassades tchèques à l'étranger. À vrai dire, le fonctionnement de ces canaux s'est avéré souvent être de pure forme. Leurs activités respectives se sont reflétées dans une réponse assez variée entre les différents pays. Une meilleure réponse a été apportée par le web de l'Union Européenne qui est très visité. La promotion de la compétition reste notre préoccupation majeure. C'est pourquoi je me permets de vous solliciter vous aussi : nous vous serions très reconnaissants de bien vouloir diffuser les informations sur la compétition Innovating Minds dans vos pays respectifs. Nous serions, d'ailleurs, très heureux de toute possibilité d'établir des relations plus étroites avec le Parlement européen à ce propos. Que ce soit au niveau du parrainage de députés individuels qui pourrait agir comme des ambassadeurs informels de bonne volonté, comme c'est le cas de Monsieur Zvěřina, ou à un niveau plus approfondi, à savoir impliquant l'institution parlementaire en tant que telle. Compte tenu du rôle croissant du Parlement européen, il nous semble que celui-ci pourrait participer à ce genre de projets, et qu'une collaboration dans le cadre du projet Innovating Minds serait intéressante non seulement pour le projet, mais aussi pour cette institution la plus représentative de la Communauté.

**Vizuál 15: Innovating Minds 2009**  
[www.innovatingminds.eu](http://www.innovatingminds.eu)  
[stepanek@ceskahlava.cz](mailto:stepanek@ceskahlava.cz)

Mesdames et Messieurs, merci pour votre attention et pour cette possibilité de faire ma présentation. J'espère que nous aurons – nous comme vous – la possibilité d'ajouter un chapitre – aussi petit qu'il soit – à l'Année européenne de la créativité et de l'innovation.