QUAND LA FRANCE ORGANISE LE MARKETING DE SES JEUNES POUSSES

LA FRENCH TECH DÉBARQUE À BRUXELLES

L'écosystème start-up français se structure derrière une ombrelle du nom de la French Tech. Un label initié par le gouvernement hexagonal qui commence à s'exporter et qui se prépare à essaimer chez nous en Belgique. Une grosse opération marketing... mais pas seulement !

BELGAIMAGE

Difficile de le nier : les start-up sont aujourd'hui au cœur de toutes les attentions. Et pas seulement en Belgique. Tous les pays veulent saisir l'occasion et capitaliser sur cette nouvelle dynamique avec l'espoir d'aligner quelques fleurons aux côtés des géants de la technologie venus de la Silicon Valley. Nos voisins français ne font pas exception à la tendance. Que du contraire.

Si l'Hexagone compte déjà quelques start-up stars comme Deezer, Criteo, BlaBlaCar ou Sigfox, les autorités françaises, soucieuses de faire rayonner les couleurs bleu-blanc-rouge, en veulent plus. Et elles ont donc commencé à aider les 10.000 jeunes pousses françaises. L'agence Business France, agence pour le développement international des entreprises – un équivalent de l'Awex chez nous –, s'est vue confier la mission d'intervenir en ce sens. Forte d'un budget de 190 millions d'euros pour l'ensemble de ses activités et de 1.500 personnes réparties dans 72 pays, Business France n'a pas ménagé ses efforts pour soutenir les start-up hexagonales.

Alors qu'elle les a intégrées à la liste des entreprises envoyées dans près de 150 salons de par le monde, l'agence a également déployé une série d'initiatives propres aux jeunes pousses de la technologie. Le tout sous le label French Tech que l'on commence à retrouver dans les communications liées aux start-up, dans les salons, etc. « Il s'agit d'un label déposé par l'Etat, explique Muriel Penicaud, directrice générale de Business France. Néanmoins, l'objectif consiste à proposer une marque ouverte dont les start-up peuvent se saisir et qu'elles peuvent utiliser à leur guise. L'idée est, bien sûr, d'apporter de la visibilité aux start-up et d'accélérer leur internationalisation. »

Un label pour donner une visibilité mondiale

De fait, lors d'importants salons technologiques comme le Websummit, le CES de Las Vegas, etc., le coq rouge du label trône fièrement dans les allées. Avec toujours plus d'ambition, d'ailleurs. « Au CES de Las Vegas au début de l'année, la délégation française des start-up était totalement dingue, note un patron bruxellois de jeune pousse. On les voyait partout. C'était limite un peu exagéré. » Mais le résultat était là : pas moins de 190 start-up hexagonales s'étaient précipitées au salon technologique dans la ville du jeu. Dans la section Eureka Park, la zone du CES dédiée aux jeunes entreprises, 30 % des exposants étaient français.

Et sur le territoire français aussi, le logo French Tech se répand comme une traînée de poudre en vue de transformer la France en un « vaste accélérateur de start-up ». Dès 2014, plusieurs métropoles se sont vues attribuer le label de Metropole French Tech. Concrètement, ce sont des groupements d'acteurs (incubateurs, accélérateurs, etc.) qui obtiennent une labellisation. Chaque région French Tech se dote alors d'un délégué en lien avec les responsables du label au niveau du gouvernement et fait le pont. « Il s'agit d'une mobilisation forte, initiée par l'Etat qui réunit les start-up, détaille le responsable d'un incubateur français labellisé French Tech. La dynamique est bonne en termes de réseautage mais il ne faut pas se leurrer : c'est avant tout une opération de communication. Mais cela joue son rôle car le label ouvre des portes, surtout à l'international, même si cela ne signifie pas que les start-up obtiennent beaucoup plus facilement des fonds. »

La visibilité et la mise en réseau ne sont toutefois pas les seuls objectifs de la French Tech. Le gouvernement français multiplie les initiatives pour soutenir l'éclosion de l'écosystème start-up. Parmi les mesures prises, il propose des avantages fiscaux aux créateurs de start-up technologiques dont il facilite, par ailleurs, le processus de création. Et puis, il participe aussi à l'accès au capital. Pour s'assurer d'accélérer la croissance des start-up existantes, la French Tech dispose, depuis début 2015, d'une capacité d'investissement de 200 millions d'euros au travers de BPI France, une filiale de la caisse des dépôts. Mais il ne s'agit pas à proprement parler d'investir directement dans des jeunes pousses prometteuses. Mais plutôt de soutenir des accélérateurs privés. Une dynamique qui vient (timidement) s'ajouter à l'importante croissance des levées de fonds des start-up françaises : en 2015, elles ont levé 1,8 milliard d'euros. Soit le double de l'année précédente !

Bientôt leader des start-up nations ?

Dans cette course pour devenir une « start-up nation », la France entend dépasser les autres pays (européens notamment) et s'imposer sur le podium des pays les plus « innovants » dans le domaine de la technologie. Et son sprint tend même à inquiéter les Israéliens, eux-mêmes reconnus pour leur excellence en la matière. « En un an, et suite à une politique gouvernementale adaptée, la France est devenue le pays d'Europe avec le plus fort taux de croissance dans le domaine des hautes technologies, a déclaré le président de Cisco John Chambers au quotidien israélien *Calcalist*. Les Français font évoluer les choses plus rapidement et représentent un défi pour les Israéliens. »

Et cela ne semble pas devoir s'arrêter de si tôt, à en croire le récent développement des French Tech Hubs, c'est-à-dire des incubateurs labellisés. « Il ne s'agit pas de structures publiques, insiste Muriel Penicaud, mais bien d'acteurs présents dans une dizaine de villes dans le monde. » Leur ambition est claire : « offrir aux entrepreneurs français les outils nécessaires pour réussir leur implantation et conquérir les Etats-Unis »... et d'autres villes. Après New York, San Francisco, Israël et Tokyo, un hub a été ouvert en avril à Hong Kong.

Prochaine étape ? Bruxelles pardi. Pas forcément sous la forme d'une structure d'incubation ou d'une véritable présence d'accélération, mais plutôt comme une communauté. Business France compte aider au développement d'une communauté French Tech voire franco-belge dans notre capitale, où les entrepreneurs français de la techno installés chez nous pourront côtoyer les acteurs de l'écosystème belge des start-up. Le projet ne fait que démarrer mais quelques entrepreneurs auraient d'ores et déjà été approchés, de même que les responsables du réseau French Connect. L'idée serait de mettre en place une petite structure pour encadrer le lancement d'un véritable réseau dédié à la technologie *made in France*, dans les semaines à venir.

CHRISTOPHE CHARLOT

FRENCH TECH TICKET POUR LES... START-UP BELGES ?

Bien que franco-française, l'initiative French Tech n'a pas pour seul objectif d'imposer les jeunes entreprises françaises sur des marchés étrangers. L'initiative French Tech Ticket s'adresse aux entreprises étrangères. Le concept ? Leur offrir un montant (45.000 euros lors de la deuxième édition qui vient d'être lancée) pour installer une équipe au cœur d'un incubateur French Tech pendant un an. « Le but est d'opérer une fertilisation croisée, commente Muriel Penicaud de Business France. Cela permet aux start-up étrangères de nous découvrir et cela nous place sur la carte internationale de la technologie. » L'année passée, 50 lauréats ont été sélectionnés et se sont installés depuis janvier dans la capitale française. Pour la « saison 2 », 180 start-up étrangères verront leur installation en France financée par cette initiative. Elles seront logées dans l'une des métropoles French Tech et plus seulement à Paris. Aucune start-up belge ne comptait parmi les 50 premières sélectionnées.

MURIEL PENICAUD, **directrice générale de Business France**

BELGAIMAGE