

"France is back" : les startups tricolores au Web Summit 2022

L'édition 2022 du Web Summit (du 1er au 4 novembre) s'est terminée il y a quelques jours, l'occasion pour Maddyness, de retracer les grands moments du salon. L'écosystème français était bien représenté avec notamment une centaine de startups présentes.

Temps de lecture : minute

7 novembre 2022

Startups tech, fonds d'investissement et grands groupes s'étaient donnés rendez-vous dans la capitale portugaise. Au total, plus de 70.000 participants en provenance de 160 pays, parmi lesquels, une belle représentation de l'écosystème français.

Une centaine d'entreprises françaises présentes

Pour cette édition 2022, Business France accompagnait 50 entreprises françaises et au total, une centaine d'entreprises tricolores étaient présentes. Une belle représentation de l'écosystème français qui illustre l'essor du secteur des logiciels et du cloud français. D'après Business France, le chiffre d'affaires de ce secteur pour l'année 2022 devrait s'élever à 21,6 milliards d'euros cumulés, soit +11,3% en un an.

Clara Chappaz, Directrice de la Mission French Tech, commente : "Tout le monde s'accorde pour dire que la France a maintenant pris une place

prépondérante dans l'écosystème tech européen".

Dans une conférence intitulée "Comment la tech peut-elle changer le Monde", le Ministre délégué chargé de la transition numérique et des télécommunications, Jean-Noël Barrot l'a également confirmé : "Europe is back and France is back". Il a mis en avant le nombre de licornes françaises passé de trois à vingt-sept sur les cinq dernières années sous la présidence d'Emmanuel Macron et a confirmé la volonté du gouvernement français de soutenir l'innovation et la tech française en insistant sur trois axes : le développement durable, l'égalité et la protection de la vie privée.

Business, investissements, recrutements : les principales attentes des startups

Les objectifs des startups françaises sont clairs : le Web Summit est le lieu idéal pour se développer à l'international, rencontrer des investisseurs et trouver de nouveaux talents internationaux. Les nombreux panels sont aussi une source d'information précieuse pour décrypter les grandes tendances du secteur. Interviewée sur ces sujets, Clara Chappaz déclare : *"Avec la Mission French Tech nous avons pour objectif de mettre en avant et d'accompagner les startups françaises qui innovent sur des technologies stratégiques. Les entreprises viennent ici notamment pour avoir de la visibilité. Cela passe par leur stand, les interventions de certains sur scène, ou le stand de la French Tech sur lequel nous aidons les startups françaises sur la problématique du recrutement de talents internationaux en mettant en avant nos dispositifs sur le sujet, en particulier le French Tech Visa et le Welcome To La French Tech Desk. En parallèle, nous essayons de leur donner de la visibilité auprès des investisseurs présents en organisant des événements dédiés".*

Clara Schmitt, Startup Community leader de l'accélérateur de la Poste, [French IoT](#), ajoute : *“Pour nos startups, c'est un cadre idéal pour renforcer leurs liens avec l'écosystème, développer leur business et trouver des investisseurs.”*

Une audience internationale et qualifiée

Cette visibilité de dimension internationale est stratégique pour certaines startups qui jusque-là n'étaient présentes que sur le marché français. Matthieu Thomas, CEO de [Cards micro-learning](#), une plateforme pour créer des formations courtes, indique : *“Nous sommes venus au Web Summit pour valider la dimension internationale de notre problématique et voir si d'autres cultures étaient sensibles au pitch de notre solution”*. Jonathan Magat, CEO de [Gryzzly](#), un chatbot qui simplifie le suivi de rentabilité, ajoute : *“Nous venons de lever des fonds, et le Web Summit est pour nous une porte d'entrée pour attaquer le marché international. Avoir un stand nous a permis de récolter pas mal de leads et de tester l'appétence des étrangers pour notre produit.”*

Les startups ont donc l'opportunité de développer leur business à l'international mais elles ont aussi un accès privilégié aux grands groupes français présents sur l'événement. Clément Foucher, cofondateur de [METAV.RS](#), une startup spécialisée dans les NFT pour les marques de luxe, confie : *“L'audience est très qualifiée sur cet événement. On gagne un temps incroyable car les personnes qu'on rencontre sont les décisionnaires au sein des grands groupes.”* Le constat est partagé par Maud Charaf, Directrice adjointe du [Hub 612](#), un accélérateur de startups : *“On retrouve le Web Summit des grands jours, tel qu'on l'a connu avant la pandémie. On arrive à décrocher en 15 minutes des rendez-vous stratégiques qu'on pourrait mettre des mois à avoir en temps normal.”*

Un cadre unique pour resserrer les liens de l'écosystème

“Le fait d’être tous à l’étranger renforce la dimension communautaire qui crée de super synergies et rend plus forts pour aller attaquer ensemble les marchés internationaux”, déclare Clara Chappaz. Et ce n’est pas les startups qui la contrediront. Matthieu Thomas déclare “Avec la délégation Digital League et la French Tech, on crée des liens avec beaucoup de startups. On a notamment pu avoir des retours d’expériences de startups qui ont déjà levé”. Mathilde Karceles, Secrétaire Générale chez Troopy, un opérateur de scooters électriques partagés, raconte : “Nous sommes venus ici pour apprendre de nos pairs. Nous sommes en train de préparer une série A et nous voulions rencontrer d’autres startups de l’écosystème prêtes à nous partager leur expérience”. Elle ajoute que pour elle, “les échanges sont aussi importants sur l’événement qu’en dehors, dans les soirées off-events”.

Le mercredi soir, par exemple, c’est à l’ambassade de France de Lisbonne que l’écosystème s’est réuni, toujours dans l’idée de faciliter les rencontres et de renforcer les liens.