

Trois conseils pour implanter sa startup en Italie

Facilement accessible géographiquement et culturellement, l'Italie représente un marché attractif pour les startups françaises. L'économie italienne a besoin de se digitaliser dans tous les secteurs et de s'appuyer sur des climate techs pour se décarboner.

Temps de lecture : minute

3 juillet 2024

«Le marché italien est un marché tech et business à saisir dans tous les secteurs.» C'est le message de Patrizia Galbiati, chef du pôle tech & services de Business France Italie. «Les startups nées dans un tissu économique similaire proposent des solutions adaptées au marché italien.» Dans les allées du salon We Are Future qui se tenait du 13 au 15 juin dernier, les Français sont peu nombreux mais on retrouve quelques noms familiers : Qonto ou HiPay par exemple. Pourtant, l'Italie représente une véritable opportunité business.

Proche de la France géographiquement et culturellement, l'Italie est un territoire accessible à plusieurs points de vue. Grande de plus de 300 000 km², c'est le troisième pays le plus peuplé de l'Union européenne. Son écosystème tech est encore très jeune, similaire à la France il y a dix ans. L'économie est en pleine transition numérique et beaucoup de secteurs sont à digitaliser. L'e-commerce, par exemple, n'est pas du tout développé et les sites les plus appréciés en Italie sont... Veepee et Leroy-Merlin, des plateformes françaises donc.

Quels secteurs sont porteurs ?

Certains secteurs sont particulièrement porteurs. D'abord l'AgriTech. Kipsum et Deepki ont d'ailleurs sauté le pas ! Le pays est la quatrième agriculture européenne après la France, l'Allemagne et l'Espagne. Pour Luigi Ferrelli, directeur du bureau de Paris de l'Italian Trade Agency, le "Business France" Italien, *«les secteurs porteurs en Italie pour des startups françaises incluent à la fois les secteurs pour lesquels le marché italien peut être clé et pour lesquels des compétences peuvent être trouvées.»*

La clé : développer des solutions numériques appliquées aux secteurs porteurs italiens. *«Les solutions répondant aux défis de l'adaptation au changement climatique : énergies renouvelables, technologies pour l'environnement et notamment concernant l'eau, le traitement et le recyclage des déchets»*, complète Luigi Ferrelli.

Enfin, la demande italienne pour les startups de la Retailtech est forte. Les commerces physiques sont largement majoritaires dans les habitudes de consommation. Toutes les startups au service de l'expérience en magasin, de la numérisation des marques et des retailers mais aussi les fintechs au service de l'achat comme le paiement fractionné ou le click and collect trouveront un large marché et peu de concurrence.

Où s'installer ?

Le nord de l'Italie est la région la plus dynamique et le centre économique du pays. Rome est une ville éminemment touristique mais n'accueille pas le cœur du business, au contraire de Milan. Pour Paola Treçarichi, head of Italy pour HiPay, une fintech française, Milan est la ville du business. Elle cite également Venise car la ville est au centre du pays et Turin, particulièrement pertinente pour la tech. Rome reste l'épicentre politique du pays. *«Le Sud offre de très intéressantes opportunités pour des*

activités de back-office, support technique ou recherche et développement», nuance Luigi Ferelli.

«Ouvrir un bureau en Italie n'est pas obligatoire mais cela permet d'accélérer les choses», souligne Patrizia Galbiati. Tous les acteurs du marché italien soulignent l'importance de faire des rendez-vous en présentiel. «Il faut rencontrer les gens en personne », insiste Paola Treocarichi. «Faire des rendez-vous en one-to-one, être aux événements, serrer des mains...» Pour Francesco Cerruti aussi, c'est indispensable. «Il faut s'adapter à une nouvelle manière de travailler, plus déconnectée, plus indépendante.»

Être accompagné

«C'est un pays de bureaucratie», s'exclame Paola Treocarichi. «Il faut être accompagné dans les démarches administratives.» Paola Treocarichi a également ouvert le bureau italien d'HiPay il y a une petite dizaine d'années. L'écosystème italien commence à se structurer et plusieurs associations sont à connaître : Italian Tech Alliance, Associazione Italiana Startups, Digital Magics et InnovUp.

Autre conseil de la patronne de la French Tech Italy : embaucher un country manager italien. *«Avec des Français, cela peut être plus lent. Ce n'est pas une question de langue mais de façon d'interagir », explique-t-elle.*



À lire aussi
L'Italie, un territoire à conquérir pour les investisseurs en VC



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Aurélie Pasquier

