

Des startups renoncent au marché français, moins mature et plus compliqué

Investisseurs et pouvoirs publics français peuvent, sans le vouloir, encourager les startups à se tourner vers l'international. Les entreprises qui développent des solutions technologiques de pointe, comme Lynx et MoveR, trouvent ainsi des échos plus favorables outre-Atlantique notamment.

Temps de lecture : minute

30 octobre 2024

La première, Lynx, conçoit et vend un casque de réalité mixte destiné d'abord aux professionnels, la seconde, MoveR, a développé un outil de réalité immersive sans casque pour travailler sur la santé mentale et le neurodéveloppement des enfants. Lynx propose un outil de formation et d'assistance à distance et MoveR se destine aux cabinets libéraux mais aussi au milieu scolaire.

Les deux startups ont commencé par chercher des investisseurs et des clients sur le marché français mais ont rapidement repensé leur stratégie commerciale. « *Nous sommes sur un marché mondial dominé par les États-Unis, plus ouverts, plus matures et avec plus d'appétence pour cette technologie. Les entreprises connaissent mieux la réalité mixte et savent comment l'utiliser dans l'industrie notamment* » explique Stan Larroque, le PDG de Lynx.

Des opportunités plus accessibles

La jeune pousse aux 25 salariés réalise ainsi 50 % de son chiffre d'affaire

aux États-Unis et 25 % en Europe sans que la France ne domine les ventes. « *La France est un petit marché. D'autres pays sont plus développés comme le Benelux, les pays nordiques ou encore l'Allemagne.* » En parallèle, pour sa dernière levée en 2022, Lynx s'est entouré de business angels mais aucun issu de l'Hexagone. « *Nous participons d'un travail de fond sur plusieurs années pour éduquer aux technologies immersives et expliquer que c'est un pan inéluctable de l'économie numérique future. Meta l'a fait sur son marché, à nous de le faire pour éduquer le grand public.* » Aujourd'hui, Lynx finalise un partenariat avec des américains pour se développer. Pourtant, Stan Larroque rappelle le soutien à l'innovation dont il a bénéficié de la part de BPI France. « *Nous avons un bassin de talents en France qui permet de concevoir à Paris et de distribuer dans le monde. Nous n'avons rien à envier à la Californie, d'ailleurs des clients américains viennent nous voir.* »

De son côté, après avoir convaincu plus de 80 professionnels libéraux d'avoir recours à son outil technologique pour accompagner les moins de dix ans sur le volet du neurodéveloppement ou de la santé mentale, MoveR a voulu proposer plus largement sa solution dans les écoles. « *On s'est confronté à la dimension administrative française avec des strates qui se succèdent. Nous avons aussi constaté qu'avec les changements politiques nous n'avons pas d'interlocuteur stable* » regrette Charlotte Gibert, directrice scientifique de MoveR.

Alors que la startup collabore avec le CHU de Rouen et qu'elle compte un membre du CNRS dans son conseil scientifique, elle ne réussit pas à mettre ses projets à exécution, en tout cas pas en France. « *D'un côté, on essaie de convaincre en France, de l'autre, on vient nous chercher. Nous avons été sollicités par une école de New-York où nous installerons notre outil d'ici décembre prochain. Les notions de santé mentale et de réalité immersive sont mieux connues aux Etats-Unis.* » La startup, sélectionnée par la région Ile-de-France pour participer au prochain CES de Vegas, entend profiter de ce rendez-vous de l'innovation pour trouver de

nouveaux investisseurs... Internationaux.



À lire aussi

New York, étape incontournable pour les entrepreneurs européens à la conquête du marché américain



À lire aussi

Lancer son entreprise aux Etats-Unis : ce qu'il faut savoir avant de sauter le pas

Article écrit par Nadege Hubert

