

# S'expatrier pour entreprendre : la stratégie gagnante pour réussir en affaires

*Dans un monde de plus en plus globalisé, l'expatriation est la clé de la réussite. L'internationalisation permet d'accéder à de nouveaux marchés et de s'ouvrir à l'innovation. Mais comment le faire dans les meilleures conditions, et quelles sont les destinations idéales à privilégier ? Par Vincent Deruelle, cofondateur et COO de Frenchfounders, dans nos Tribunes d'hiver.*

Temps de lecture : minute

---

2 janvier 2025

Le nombre d'expatriés dans le monde augmente chaque année. Selon les données du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, la France compte 1,7 million de personnes vivant à l'étranger. Toujours selon l'OCDE, 72 % des expatriés se lancent à l'international dans l'espoir de trouver de meilleures opportunités professionnelles ou commerciales. Une tendance qui concerne aussi les entreprises et les entrepreneurs. Selon une étude de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2023, près de 15 % des entrepreneurs envisagent sérieusement de s'expatrier pour développer leur entreprise. Parmi leurs motivations principales figurent la recherche de nouveaux marchés (37 %), la quête d'un environnement fiscal plus avantageux (28 %), et le besoin d'accéder à des ressources ou des talents spécifiques (22 %).

## Pourquoi s'expatrier pour créer un business ?

L'expatriation permet de réduire la dépendance à un seul marché national et d'élargir son horizon à des marchés à fort potentiel de croissance. En

2022, selon l'OCDE, l'économie américaine, l'une des principales destinations pour les entrepreneurs expatriés, a affiché un taux de croissance de 5,7 %, contre 2,5 % pour la zone euro, un dynamisme économique qui constitue un terreau fertile pour les entreprises en quête d'expansion. Autre avantage de l'expatriation, une exposition plus rapide à l'innovation. Les entreprises qui s'implantent dans des écosystèmes innovants comme celui de Singapour ou de la Silicon Valley sont non seulement plus agiles, mais elles ont aussi 50 % plus de chances de capter de nouvelles tendances avant leurs concurrents restés sur le marché local (1). Enfin, selon la même étude, l'internationalisation permet d'attirer des investisseurs étrangers, par exemple, en 2023, 42 % des investissements en capital-risque ont été réalisés dans des startups ayant une présence internationale.

## L'importance de se faire accompagner

Cependant, l'expatriation reste un projet complexe qui nécessite une préparation rigoureuse, notamment pour surmonter les obstacles administratifs, financiers et culturels qui peuvent se présenter. Des institutions comme Bpifrance offrent des solutions d'accompagnement pour les entreprises françaises souhaitant s'implanter à l'étranger, avec des assurances export et des financements à l'innovation. En parallèle, il est essentiel de se faire accompagner par des experts tels que des réseaux locaux et des mentors ayant une expérience du terrain et une connaissance approfondie des spécificités locales. Selon l'OCDE, 85 % des entreprises accompagnées par des experts locaux voient leur taux de succès multiplié par deux (2).

## Dimension culturelle, budget et temps de préparation

Chaque marché ayant ses propres particularités, il est crucial de se

préparer. Une étude montre que près de 60 % des entreprises qui échouent à l'international ont sous-estimé les différences culturelles et juridiques (1) du pays d'accueil. Adapter ses produits et services aux besoins locaux et s'assurer que les stratégies de marketing et de vente sont en phase avec la culture du pays ciblé est impératif. La prise en compte de l'aspect financier est également fondamentale. Les entrepreneurs sous-estiment souvent le budget nécessaire pour une implantation à l'étranger. Les experts conseillent souvent de multiplier par trois le budget initial pour éviter les mauvaises surprises. Enfin, le temps de préparation est une donnée majeure. Un projet d'expatriation bien préparé prend généralement entre 6 mois et un an pour aboutir.

## Où s'expatrier pour maximiser les chances de succès ?

Selon l'OCDE, les États-Unis, avec leur marché unique de 330 millions de consommateurs, est choisi en première intention par 40 % des start-ups internationales. Cependant, avec l'arrivée au pouvoir de Donald Trump, des restrictions accrues sur l'immigration légale ainsi que de potentielles réductions d'impôts pour les entreprises produisant localement et des tarifs douaniers plus élevés sur les importations pourraient redéfinir l'attractivité des États-Unis pour les entreprises étrangères. L'Asie du Sud-Est offre également un marché en plein développement. En 2023, Singapour a connu une croissance de 4 %, tandis que la Thaïlande enregistre un taux de 3,9 %. L'Europe du Sud, l'Espagne en tête à la croissance de 5% en 2022, est une autre porte d'entrée tout à fait pertinente pour tester les marchés internationaux à moindre coût, sachant que ce marché est relativement proche culturellement et géographiquement de la France.

# Éviter les risques d'une expatriation mal préparée

Le principal risque d'une expatriation réside dans une mauvaise compréhension des réalités locales. L'échec de nombreuses entreprises expatriées est souvent dû à un manque de préparation culturelle et à une mauvaise évaluation des coûts. En effet, 43 % des entrepreneurs qui échouent à l'international admettent avoir mal anticipé les différences culturelles (1). De plus, il est essentiel que le dirigeant s'investisse personnellement dans le projet. Les entreprises dont le fondateur s'implique activement dans l'expatriation ont 30 % plus de chances de réussir leur implantation. Un autre facteur de risque est la sous-estimation des délais pour obtenir un retour sur investissement. En moyenne, il faut compter entre 12 et 24 mois pour qu'une entreprise expatriée devienne rentable.

Une chose est certaine : c'est toujours le bon moment pour entreprendre ! Avec une économie mondiale en constante évolution, les entrepreneurs qui s'ouvrent à l'international maximisent leurs chances de succès, que ce soit en accédant à des marchés dynamiques ou en renforçant leur résilience face aux crises locales, à condition de bien s'informer.



À lire aussi

Développer une medtech à l'international avec Loïc Tamarelle, CEO d'Eurekam



## MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

---

Article écrit par Vincent Deruelle, cofondateur et COO de Frenchfounders