

L'international, problématique cruciale pour les startups françaises

Les startups françaises sont de plus en plus nombreuses à se développer à l'international. Et privilégient d'abord des marchés matures, qui leur offriront à la fois un cadre structurant et une porte d'entrée sur un vivier de consommateurs potentiels.

Temps de lecture : minute

31 juillet 2018

Go global, don't stay home. Cette paraphrase de l'une des devises des entreprises américaines ("*go big or go home*", "*deviens grand ou rentre chez toi*" en français) illustre bien l'état d'esprit des startups françaises. Résolument tournées vers les marchés étrangers, elles font de l'internationalisation un enjeu majeur de leur développement. C'est ce qu'atteste le baromètre 2018 de l'implantation internationale des startups, PME et ETI réalisé par Pramex et Banque Populaire.

Avec 263 projets d'implantation à l'étranger, les startups françaises marquent leur volonté de conquérir le monde. Ce chiffre bondit d'un quart par rapport à l'année précédente, montrant à la fois que les startups tricolores concrétisent bel et bien leurs désirs d'ailleurs mais aussi qu'un certain effet French Tech joue, ouvrant les portes des marchés étrangers aux jeunes pousses de l'Hexagone. Après être devenues incontournables dans les salons les plus en vue du secteur, les pépites françaises deviennent des *must-have* pour les écosystèmes étrangers.

Les États-Unis toujours sur la feuille de route des startups

Courageuses mais pas téméraires, les startups privilégient des marchés déjà matures, bien structurés et qui peuvent leur ouvrir grande la voie d'un marché conséquent. Sans surprise, les États-Unis concentrent ainsi 16% des projets d'implantation à l'étranger, l'Espagne (8,4%) et le Royaume-Uni (7%) se disputant les deux dernières places du podium. Les attermolements autour des modalités du Brexit pourraient cependant refroidir à l'avenir les ardeurs des sociétés françaises de traverser la Manche. Ce qui pourrait faire les affaires de l'Allemagne (6,9%), la Chine (6,2%) ou le Canada (4,4%), en embuscade pour devenir des terres d'accueil privilégiées par les protégées de la French Tech.

D'autres destinations attirent de plus en plus les startups françaises, qui cherchent des implantations stratégiques. Le Brésil est ainsi la destination phare en Amérique du Sud, véritable porte d'entrée du marché local. Singapour, Hong Kong et Taïwan jouent, eux, ce rôle en Asie pour les entreprises qui seraient réticentes à passer directement par la case chinoise. En revanche, l'Afrique continue d'être boudée par les entreprises tricolores. Seuls 0,78% des projets d'implantation à l'étranger sont portés par des startups sur le continent africain...



À lire aussi

Pourquoi les startups de la French Tech adorent Taiwan (et vice-versa)

Enfin, preuve que les startups intègrent dès leur lancement la dimension internationale, elles entament leur départ à l'étranger dès leur deuxième ou troisième année d'existence pour concrétiser leur premier projet d'implantation au cours de leur quatrième année d'existence. Si les voyages forment la jeunesse, ils participent aussi à faire grandir les (très) jeunes pousses françaises.

Article écrit par Geraldine Russell