

Sommaire

Agenda de l'ADEC-NS. 1

Dossier :

Les success stories des startups françaises 2-5

Revue de presse 6-7

Edito

« Au commencement de Blablacar, quand cela s'appelait encore covoiturage. fr, à chaque fois que j'y avais recours, je voyais bien que les gens étaient satisfaits, qu'il y avait un marché. Ce n'était pas possible que ça ne finisse pas par fonctionner ». L'ascension fulgurante du site de covoiturage de Frédéric Mazzella est l'occasion pour ce nouveau numéro de s'intéresser de plus près à toutes ces entreprises en devenir que l'on nomme startups.

Il s'agit ainsi de pouvoir expliquer leur écosystème particulier, nouveau modèle d'entreprises ayant un fort potentiel de croissance ; celles-ci peuvent contribuer au rayonnement de la France dans le domaine du numérique et des nouvelles technologies.

A l'instar de la règle d'or entrepreneuriale des Licornes, ces startups atteignant une valorisation de plus d'un milliards d'euros : « Pense grand, commence petit, grossis vite », l'ADEC-NS vous propose une incursion dans le monde des startups françaises.

L'équipe de l'ADEC-NS

Retrouvez-ici toutes les informations sur les activités de l'ADEC-NS ainsi que sur les événements à venir. Vous êtes intéressés par l'un d'eux ? Contactez-nous via le formulaire en ligne !

22
Mars
2016

Rencontre avec M. Georges Meric, Président du Conseil Départemental

M. Salinas rencontrera M. Meric au Centre Culturel de Ramonville

23
Mars
2016

Mission ciblée à Paris

Le Président de l'ADEC-NS se rendra au Service économique de l'Ambassade de Malaisie puis à l'Ambassade de Pologne

13
Avril
2016

11
Mai
2016

Dîner-Débat en présence de S.E.M. Ehab Badawy, Ambassadeur d'Egypte en France, et de sa délégation

Les success stories des startups françaises

Plus de 1 500 startups sont créées chaque année à Paris, ville qui inaugurera en 2017 la Halle Freyssinet, plus grand incubateur au monde, avec 30 000 mètres carrés dédiés aux jeunes pousses à fort potentiel.

La France a un tissu très dynamique de startups, ce qui fait écho à l'engouement de ces dernières années pour ces entreprises innovantes. Celles-ci se positionnent principalement sur le secteur des services Internet, qui attire toujours plus d'investisseurs, mais également dans le domaine des logiciels et des sciences de la vie. Les startups prennent aussi de l'ampleur dans les fintechs, où elles viennent concurrencer les acteurs traditionnels de la banque et de l'assurance. Plusieurs startups françaises ont connu une ascension fulgurante en quelques années, à l'instar de Blablacar, Criteo, Sigfox ou encore Deezer, mais ces nouvelles entreprises arrivent-elles à s'attaquer aussi rapidement au marché mondial, indispensable à leur survie ?

Un environnement favorable lié à une évolution des mentalités

Revenons tout d'abord sur l'émergence d'un véritable phénomène. Les startups font preuve d'une capacité d'innovation assez exceptionnelle, et l'innovation est l'un des principaux leviers de la croissance. Ces entreprises peuvent chercher à satisfaire de nouvelles demandes émergeant en conséquence de la crise économique : Blablacar avec son site de covoiturage propose ainsi un moyen de transport moins cher que le train ou l'avion, avec une résonance écologique forte. Créée en 2006 sous le nom de «covoiturage.com», la jeune pousse revendique plus de 25 millions de membres dans 22 pays. Les startups se positionnent aussi sur des innovations de rupture : elles vont venir bousculer un marché, en tirant parti des nouvelles technologies.

En plus d'assister à une véritable effervescence entrepreneuriale pour les projets innovants, l'auto-entreprenariat suscite en France

Startup : jeune entreprise généralement présente dans des domaines de haute technologie. Pour couvrir de gros besoins en capitaux, elle fait le plus souvent appel au capital-risque et vise généralement à s'introduire en Bourse au bout de quelques années d'existence.

un véritable engouement de la part des jeunes diplômés. Attirés par les success stories de Xavier Niel (Free), Jacques-Antoine Granjon (Ventes-privee.com), Frédéric Mazella (Blablacar), Jean-Baptiste Rudelle (Criteo) ou Marc Simoncini (Meetic), la moitié des 18-24 ans souhaiterait ainsi entreprendre, selon le baromètre IdInvest d'avril 2015.



La Halle Freyssinet
actuellement en construction à Paris sera
le plus grand incubateur au monde,
avec une surface de 30 000 m²

Cette attractivité est rendue possible par la diminution drastique des coûts de technologie au démarrage : comme le note Franck Sebag, associé chez Ernst&Young : « En 1995, il fallait 5 millions de dollars de départ pour créer une start-up, pour financer l'achat de serveurs, des licences et des développeurs. Ce coût d'entrée

est retombé à 5 000 euros depuis 2014 avec les logiciels libres, les systèmes de cloud et la création de start-up par des développeurs eux-mêmes ». En conséquence, les coûts de communication ont aussi diminué de beaucoup, ce qui n'est pas négligeable étant donné qu'une startup doit au départ engager une véritable entreprise de communication pour donner de la visibilité à son projet.

On observe de plus un soutien public mais aussi privé à la création des startups. Public tout d'abord : 300 incubateurs sont installés dans les grandes villes françaises et peuvent aider sur la stratégie marketing, le soutien logistique, ou encore le réseautage. Les pépinières et les espaces de co-working et d'innovation se sont également multipliés. Soutenir ces jeunes pousses est aussi un moyen pour l'Etat de démontrer l'excellence française dans ce domaine, en les aidant dans la conquête du marché international. Certaines startups peuvent aussi bénéficier d'un soutien privé : beaucoup d'entreprises du CAC 40 multiplient les initiatives de veille et de financement de l'innovation. Orange, Total, Engie, Axa, Vinci, Michelin, Air Liquide ou encore Carrefour sont par exemple partenaires de l'initiative Hello Tomorrow, qui s'est donné pour mission de rapprocher start-up et grands groupes. Certaines créent même leurs propres incubateurs comme Airbus, Renault ou encore JC Decaux.

Une fois que l'on a imaginé, pensé, créé et mis l'idée à l'œuvre, il faut la développer et la financer à travers la levée des fonds, exercice particulièrement périlleux pour les startups françaises.

La chaîne de financement des startups : de la difficulté de se financer

Une startup représente beaucoup de potentiel, mais un chiffre d'affaires peu élevé et un nombre d'emplois réduit dans un premier temps, ce qui explique la frilosité des banques à leur délivrer des prêts, et des financeurs qui attendent un retour rapide sur investissement et qui craignent le risque de faillite. En effet, investir dans ces sociétés est plus risqué que pour les autres entreprises : les startups manquent de visibilité par rapport à leur avenir et génèrent très peu de bénéfices à leurs débuts. En 2015, seulement 12 startups françaises ont procédé à des levées de fonds de plus de 25 millions d'euros et 4 de plus de 100 millions d'euros. Il faut citer parmi ces quatre Blablacar, qui a réussi à lever 177 millions d'euros en septembre dernier, ce qui permet au site de covoiturage de rejoindre le club très fermé des «licornes», les startups valorisées de plus d'un milliard de dollars. Pour la plupart des cas, les startups, en fonction de leurs prétentions et capacité à convaincre, peuvent compter sur

plusieurs types de financement. Tout d'abord, pour les sommes inférieures à 100 000 euros, elles ont recours au crowdfunding, système de l'économie collaborative au cœur de ces nouvelles entreprises, qui connaît un succès phénoménal. Des « business angels » peuvent venir compléter cette mise ; il s'agit de particuliers (généralement des anciens chefs d'entreprises ou entrepreneurs) qui consacrent une partie de leur patrimoine au financement de jeunes entreprises innovantes. Ensuite, quand les financements dépassent le million, les startups peuvent faire appel à des investisseurs institutionnels qui vont leur avancer du capital dans le cadre d'un fonds de capital-risque, mais ceux-ci sont extrêmement sélectifs.

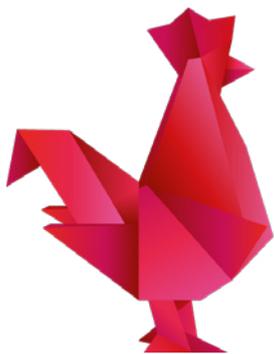


La licorne Blablacar :
avec une dernière levée de fonds de 177 millions d'euros, la startup regroupe 20 millions d'abonnés.

Ces investisseurs se rémunèrent en revendant leurs participations, soit lors d'une introduction en Bourse, soit quand la start-up est rachetée par une autre entreprise. Ces investisseurs peuvent également être de grands groupes, tels Total, qui a monté sa propre structure de capital-risque, Total Energy Ventures, et a ainsi investi 150 millions d'euros depuis 2008 dans une vingtaine de start-up œuvrant pour les énergies vertes ou les technologies susceptibles d'apporter en retour des améliorations dans son domaine. Concernant Deezer, plateforme française de streaming musical, ses deux premiers actionnaires sont Warner Music (30 %) et Orange (12 %), qui investissent ensemble 100 millions d'euros dans l'entreprise. Cela fait partie de la stratégie des grands groupes du CAC 40 pour ne pas se faire concurrencer dans leur secteur, à l'image d'Uber, application de transports entre particuliers, accusée de faire une concurrence illégale aux taxis.

Le dernier type de financement non négligeable auquel peut recourir une startup française reste le financement public. La Banque publique d'investissement, BPI France, est le plus actif des fonds publics : il a injecté 645 millions d'euros dans 150 entreprises innovantes en 2014, et se charge également de leur trouver des débouchés commerciaux dans les grands groupes. On peut prendre comme exemple sa participation à la création de la

startup Sigfox, PME toulousaine de 80 salariés, spécialisée dans la connectivité des objets, et souvent présentée comme la prochaine licorne (entreprise qui atteint une valorisation de plus d'un milliard de dollars) française. Thomas Nicholls, Vice-Président de la communication de l'entreprise, a ainsi souligné l'importance de la BPI dans l'écosystème des startups : « Au-delà de son implication, BPI France nous a beaucoup apporté pour aider à bien définir le type d'activité sur lequel nous nous positionnons ». Mais Sigfox, doit aussi sa réussite à la diversité de profil de ses investisseurs : un fonds d'investissement américain, trois grands opérateurs télécoms (Telefonica, SK Telecom et NTT Docomo), l'opérateur de satellites Eutelsat mais aussi les industriels GDF Suez et Air Liquide (ceux-ci souhaitent utiliser la technologie de Sigfox pour connecter leurs compteurs et bouteilles de gaz ou d'oxygène). Fondé il y a seulement cinq ans par Ludovic Le Moan, Sigfox développe un réseau télécom bas débit permettant de connecter les objets à Internet. Ce réseau à bas coût et à basse consommation d'énergie permet ainsi aux objets de transmettre des informations de base, comme un relevé de compteur ou un signal de panne ou d'intrusion. Et à la différence des opérateurs télécoms classiques, la mise en place de ce réseau n'est pas du tout onéreuse. S'appuyant sur cette réussite, le gouvernement a pris la mesure de l'importance de soutenir ces startups, élément non négligeable pour l'avenir de l'industrie française. A ce titre, il a lancé en 2013 la French Tech, un nouveau label destiné à désigner les territoires les plus favorables au développement des startups. Ce label a aussi mobilisé un fonds de 15 millions d'euros pour la promotion des jeunes pousses ; créer de la réputation favorise bien évidemment les levées de fonds.



Le soutien gouvernemental ne peut cependant pallier aux difficultés de financement que rencontrent non seulement les startups françaises mais aussi européennes : en 2015, celles-ci ont levé 7,9 milliards d'euros auprès des fonds de capital-risque, ce qui est quatre fois moins qu'aux Etats-Unis, selon Dow Jones Venture Source. Pour continuer à se développer, les startups européennes les plus prometteuses se résolvent parfois à passer outre-Atlantique, à l'image du site français La Fourchette racheté par TripAdvisor.

De plus, il ne faut pas oublier que la concurrence est rude et que seulement une startup sur dix décollera réellement avec des investissements en capital risque. Ainsi, la première priorité d'une startup n'est pas tant le profit que la croissance du nombre de

ses utilisateurs en faisant jouer l'effet réseau, pour pouvoir se hisser au niveau de la concurrence et remporter le marché.

Gérer la concurrence

Le plus délicat pour les startups reste de transformer l'essai en démontrant sa capacité à grandir et à s'engager dans des stratégies internationales, sans se faire racheter ou être contraintes de s'exiler. Cependant, le domaine de l'innovation est loin d'être exempt de toute concurrence. La startup Deezer le reconnaît elle-même, elle opère dans « un univers extrêmement concurrentiel où la pression accrue peut avoir un effet sur le chiffre d'affaires et la croissance ». Dans cet univers, l'entreprise doit axer son offre en fonction des prix, de l'expérience utilisateur, de la qualité des contenus proposés mais aussi de la notoriété de sa marque. A ce titre, l'implantation de Deezer sur le marché américain est complexe, étant donné qu'il doit se faire une place sur un marché ultra-concurrentiel marqué par Spotify et ses 20

millions d'abonnés et par l'arrivée récente d'Apple Music. Mais il est d'un autre côté nécessaire de prendre le risque ; le marché américain de l'abonnement musical en ligne ne représentait pas moins de 986 millions de dollars en 2015.

La FRENCH TECH

Les startups disposant de suffisamment de fond sont également prêtes à dépenser beaucoup d'argent pour faire grandir leur « communauté »,

quitte à racheter ses concurrents. Ainsi, pour confirmer sa position de leader en Europe, BlaBlaCar a racheté en avril le site allemand de covoiturage Carpooling ainsi que la société hongroise AutoHop. L'entreprise a également récemment acquis la société mexicaine Rides : après s'être solidement implanté en Russie, en Turquie, Blablacar vise l'Amérique latine. Ces stratégies exploitent les données géographiques : la startup vise de vastes pays où les transports publics sont souvent déficients, comme en Inde où elle a ouvert son site en début d'année alors que le prix de l'essence y est cher et les trains souvent bondés. Au Mexique, la suppression des subventions à l'essence a fait augmenter les prix de 72 % en cinq ans selon BlaBlaCar, dans un pays qui n'a pas les infrastructures ferroviaires adéquates permettant de relier les 14 villes les plus importantes.

Réussir l'internationalisation

La gestion de la concurrence va de pair avec celle de l'internationalisation ; acquérir une dimension internationale est

loin d'être facile pour les startups françaises. Grâce à Blablacar, la France arrive en cinquième position du palmarès des 39 licornes des zones Europe, Moyen-Orient, Inde et Afrique, derrière le Royaume-Uni, la Suède, l'Allemagne et la Russie. La startup spécialiste du covoiturage a réussi à se positionner en force sur ce marché, tout comme Sigfox : disposant de son propre réseau en France, la plateforme est déjà présente, via des partenaires utilisant sa technologie sous licence, en Espagne, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas. La startup compte accélérer son déploiement alors que le marché de l'internet des objets commence tout juste son essor, et disposerait d'un carnet de commandes pour connecter plus de 5 millions d'appareils (compteurs, capteurs de télé-assistance et télésurveillance...). Deezer, lui, vise les marchés émergents à long terme, en lançant un vaste plan de déploiement, opérationnel grâce à un modèle très flexible : si certains marchés sont gérés depuis Paris, la startup a également ouvert des bureaux régionaux qui gèrent toute une zone.

Dans un autre domaine, la startup spécialisée dans le ciblage publicitaire Criteo a fait le choix de se positionner très tôt aux Etats-Unis, comme l'explique son fondateur Jean-Baptiste Rudell: « Dès les premières réflexions sur notre projet, nous nous sommes aperçus que nous étions en avance du point de vue technologique, même sur les entreprises américaines. Dès lors, nous avons deux options possibles : grandir sur le marché européen en attendant quelques années un rachat par un Américain, comme le font beaucoup de sociétés, ou tenter de devenir un leader mondial et attaquer les Etats-Unis. » Aujourd'hui, les Etats-Unis sont en passe de devenir le premier marché de Criteo, et l'international pèse plus de 80 % de son chiffre d'affaires.

Conclusion : la France, une « startup nation » ?

Comme nous l'avons vu, on observe aujourd'hui un véritable engouement pour la création des startups, mais il demeure difficile de mesurer la force de ces dernières sur le long terme, ainsi que son rayonnement à l'international. Ces difficultés de prévisions se traduisent surtout en France par une frilosité des investissements : les startups françaises ont en conséquence beaucoup de mal à devenir des géants, par rapport à leurs voisins européens. Elles se résolvent alors à se financer outre-Atlantique, où elles lèvent quatre à cinq fois plus de fonds.

Et si la France reste le premier pays d'Europe des startups à forte croissance selon le Classement Deloitte Techno Fast 500, elle est pour l'heure une « startup nation » en devenir, par rapport aux Etats-Unis ou à Israël ; il s'agit encore de transformer l'essai. Les startups françaises sont notamment en position de force dans un domaine en plein boom : les objets connectés. Ainsi, la France a remporté le premier prix au Consumer Electronics Show, organisé à Las Vegas du 6 au 9 janvier 2016, avec la « D-Vine », sommelier connecté à domicile de la startup « 10-Vins ». A charge pour ces startups prometteuses de devenir leader sur ces nouveaux marchés très concurrentiels. ■

Sources

- [Les start-up, des entreprises pas comme les autres](#) — Alternatives Economiques
- [Avec ses start-up, la France devient la 1ère nation étrangère du CES de Las Vegas](#) — Capital
- [La France, ce pays qui crée des start-up à la chaîne !](#) — Capital
- [La France, paradis des start-up](#) — Le Nouvel Obs
- [Pourquoi les start-up françaises s'exportent mal](#) — Les Echos
- [Blablacar lève la somme record de 177 millions d'euros](#) — Le Parisien
- [Après l'Europe, BlaBlaCar veut s'imposer dans les pays émergents](#) — Capital
- [Sigfox, la start-up française qui a inventé l'internet de demain](#) — Capital
- [Les 5 obstacles que devra franchir Deezer pour réussir son pari](#) — Le Journal du Net
- [Paris, Londres et Berlin se disputent le titre de capitale européenne des start-up](#) — Les Echos
- [Bpifrance, l'investisseur courtisé de l'écosystème start-up](#) — Les Echos

Technologie

Industrie

La recherche spatiale au chevet de l'environnement : biodiversité et agriculture de précision

Dans le giron du Cnes ou de l'agence spatiale européenne (Esa), des entreprises et start-up de la nouvelle région convoquent la recherche spatiale au chevet de la biodiversité et l'agriculture. Comme Terranis et le languedocien Geomatys — ToulEco Green [\[lire la suite\]](#)

« Le «big data» pourrait simplifier drastiquement l'administration »

Économies, performance, activation de la citoyenneté : telles sont les trois finalités d'utilisation du numérique par l'État, selon la DG de Paradigmes et caetera. Mais cela suppose de définir en amont « une vraie vision politique » — La Tribune [\[lire la suite\]](#)

Pourquoi le plan Juncker est une bonne nouvelle pour l'industrie française

Plusieurs projets de construction d'usines devraient bénéficier dans les prochaines semaines des fonds débloqués par la Banque européenne d'investissement dans le cadre du plan Juncker — Usine Nouvelle [\[lire la suite\]](#)

Société

Economie

Le paysan français : au cœur de notre imaginaire, mais loin de notre assiette

L'agriculteur est et reste, en France, un personnage doté d'un capital sympathie sans équivalent. Dans un sondage IFOP publié à l'été 2015, 86 % des Français déclaraient soutenir le mouvement des éleveurs. Aucun mouvement social ne peut se prévaloir d'un tel soutien — Mode de vivre (Le Monde) [\[lire la suite\]](#)

Coup d'envoi pour le Périscope, le cluster de l'économie sociale et solidaire du Sud-Est toulousain

Inauguré ce jeudi 10 mars dans ses 1200 m2, le Périscope place l'économie sociale et solidaire au cœur d'Innopole, la technopole du sud-est toulousain. Un pari audacieux en faveur de nouvelles coopérations économiques — ToulEco Green [\[lire la suite\]](#)

Développement économique : de la primauté régionale à la mobilisation des territoires pertinents

En matière de développement économique, la Loi NOTRe a donné le leadership au couple région-métropole. Pourtant, la réalité des besoins des entreprises appelle des réponses de terrain complémentaires [...] — Groupe Alpha [\[lire la suite\]](#)

Vidéo

Podcast

Infographie

Intelligence artificielle : les leçons d'une victoire

— Les Echos [\[lire la suite\]](#)

La politique étrangère de Poutine, reflet des fragilités de la Russie ?

— RFI [\[lire la suite\]](#)

Comment les jeunes voient le monde en 2025 — Usine digitale [\[lire la suite\]](#)

Grand format



Ecolières au Parlement - Vahid Salemi, représenté par l'agence Associated Press/SIPA - 6 mois

Des écolières iraniennes assistent à une session parlementaire ouverte au public, après les élections législatives de février, à Téhéran. La nouvelle assemblée siègera après un second tour, en avril prochain.



ADEC-NS BP 24219 – 31 432 Toulouse – CEDEX 4
Tél :+33 (0)5 67 16 15 16 – mail : communication@adecns.fr

