

ACTUALITÉ DES M&A / 11 Juillet 2017

« LES START-UP FRANÇAISES, CHAMPIONNES À L'INTERNATIONAL »

Banque Populaire et Praxem International dévoilent l'étude exclusive « Les start-up françaises, championnes à l'international », premier volet du baromètre Praxem - Banque Populaire sur le développement des start-up à l'international

Le nombre de start-up est en forte croissance dans l'Hexagone, et elles sont tout aussi nombreuses à vouloir rapidement s'implanter dans d'autres pays. Cette évolution rapide - en moyenne seulement quatre ans après leur création - fait en effet partie intégrante du business model de ces entreprises. A ce jour, les start-up françaises représentent à elles seules 20 % des projets de filiales à l'étranger.



Christophe Descos
marketing - Long Beach - BPCZ



André Lenquette

Première banque des PME, Banque Populaire est très présente sur la création d'entreprises. « C'est notre mission, notre vocation, que d'accompagner les entreprises dans leur croissance depuis leur création. Depuis quelques années, se pose la question des start-up », commente Christophe Descos, Directeur du marché des entreprises et institutionnels au sein des Banques Populaires.

La mise en place de ce baromètre - qui sera renouvelé de façon annuelle - intervient après la création de Next Innov (réseau d'accompagnement des start-up et de des entreprises innovantes) et de Next International (volet international pour l'accompagnement des entreprises de croissance).

Tout le monde sait que les start-up souhaitent s'implanter en Californie et à Londres. Mais quelle est, finalement, la réalité de leurs implantations ? « Le baromètre permet d'analyser les zones géographiques et les villes où les start-up s'implantent, de comprendre leurs besoins d'accompagnement », insiste Christophe Descos.

Réalisée en partenariat avec l'Université Paris-Dauphine* entre fin 2016 et début 2017, l'étude a permis d'interviewer près de 2.000 sociétés, start-up (sociétés en fort développement qui démarrent à l'international) et scale-up (sociétés ayant déjà réalisé une ou plusieurs levées de fonds).

Selon l'étude, le nombre de créations de start-up a augmenté en moyenne de 20 % par an depuis 2006. Leur internationalisation est également en plein essor et directement liée à l'augmentation du vivier d'entreprises innovantes.

Elle augmente encore plus vite que pour les PME et ETI. Ainsi, sur la période 2011-2016, l'étude Praxem - Banque Populaire montre que nombre de projets d'implantation à l'étranger, mené par des start-up, a augmenté de 37 % en moyenne par an.

Plus de 50 % des start-up présentes à l'international ont plus de 2 filiales et en 2016, les start-up françaises sont à l'origine de 20 % des projets de création de filiale menés à l'étranger par les sociétés françaises (start-up/ PME/ ETI).

« Sur l'échantillon de 1.919 start-up étudiées, 535 étaient implantées à l'international (avec 1.200 filiales), ce qui représente au total 29.000 emplois. Ces entreprises créent aussi de l'emploi en France », souligne André Lenquette, Directeur Général au sein de Praxem International.

A noter que la première création de filiale à l'international intervient en moyenne au bout 4 ans d'existence seulement.

Pourquoi les start-up se développent à l'international ? « Plusieurs raisons militent en faveur de cette internationalisation. Tout d'abord, on sait que les marchés sont mondiaux. Dans certains secteurs, il faut aller vite pour conquérir les parts de marché. D'autre part, la culture des start-up est très internationale, ce qui facilite leur développement à l'étranger », estime André Lenquette. « Ces dernières années, les start-up ont multiplié leurs levées de fonds, ce qui leur a permis d'accélérer leur développement à l'international », ajoute-t-il.

« Lorsque les fonds entrent au capital, ils poussent les sociétés à l'international car l'internationalisation a un effet très vertueux sur leur développement », souligne Christophe Descos.

« Dans les années 1980-2000, l'entreprise traditionnelle se développait à l'international par le biais des exportations.

Retrouvez cette article sur notre site internet à l'adresse:

<https://www.fusions-acquisitions.fr/article/actualite-des-ma-1-laquo-les-start-up-francaises-championnes-a-l-international-raquo-2881>

FUSIONS @ ACQUISITIONS

Depuis 2000, les sociétés sont passées du mode exportation au mode implantation », constate-t-il.

C'est d'autant plus vrai pour les start-up qui « souhaitent plus rapidement être en relation intime avec le marché à conquérir », ajoute André Lenquette.

Quant aux destinations privilégiées des start-up, sans surprise, les Etats-Unis sont le premier pays (avec plus de 25 % des implantations des start-up). Vient ensuite l'Union Européenne avec au total 42 % des implantations (essentiellement au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie ou en Espagne).

Depuis 2014-2015, l'Espagne enregistre un vrai redécollage lié à la croissance de l'économie.

A noter que le Brésil reste un pays à fort potentiel. « C'est la sixième destination des start-up, bien que le contexte reste compliqué du point de vue économique et politique », commente Christophe Descos.

L'Asie est peu présente. « En particulier, la Chine reste un pays très compliqué et très difficile d'accès ».

Aux Etats-Unis, New York reste la ville principale d'implantation des start-up.

Néanmoins, 9 % des implantations sont réalisées à San Francisco.

Londres est la première ville européenne, avec 12,8 % des implantations.

Ensemble, Londres, New York et San Francisco représentent plus d'un tiers des implantations.

Depuis quelques années, Barcelone accélère très fortement sur l'implantation des start-up. Ensemble, Barcelone et Madrid totalisent près de 9 % des implantations.

En Allemagne, les implantations sont beaucoup plus régionalisées. Ce sont essentiellement Berlin, Hambourg, Munich qui attirent les start-up.

En Asie, « Singapour est un hub intéressant pour adresser l'Asie du Sud et Hong Kong permet d'adresser le nord de l'Asie, notamment la Chine et le Japon », commente Christophe Descos.

Les enseignements de l'étude permettront également aux Banques Populaires d'adapter leur dispositif d'accompagnement international aux besoins des entreprises.

« Issu du réseau des Banques Populaires et filiale de BPCE International, Pramex accompagne, depuis 25 ans, les projets internationaux du Groupe.

Nous sommes en capacité de gérer une filiale, sa comptabilité, toute la partie administrative d'une start-up ou d'une PME qui peut ainsi se concentrer sur son activité et son développement commercial. Notre rôle consiste à accompagner les entreprises dans leur croissance, surtout pendant les premières années de leur implantation. Notre réseau permet de les accompagner dans de nombreux pays. Nous suivons certains de nos clients depuis de nombreuses années », explique André Lenquette. « Pour les start-up, nous avons développé un accompagnement international et régional dédié », conclut-t-il.

* L'étude a été réalisée par Guillaume Page du cabinet Pramex et Charlie Joyez, doctorant chercheur supervisé par l'équipe de l'Université Paris-Dauphine.