



TECH

Entre start-up et grands groupes, des relations trop timides

La France est l'un des pays d'Europe les plus en retard en la matière, selon une étude de Sopra Steria.

LUCAS MEDIAVILLA  @Lucas_Medv

INNOVATION C'est une tache noire persistante, dans le paysage de la French Tech. «Paradis pour entrepreneur», selon la formule consacrée, la France est une contrée visiblement plus hostile dès lors qu'il s'agit de collaboration entre ses start-up et les grands groupes. Tel est l'enseignement d'une étude menée par Sopra Steria et l'Insead en partenariat avec l'institut Ipsos que dévoile ce jeudi *Le Figaro*. Le sondage, mené auprès de 509 entreprises et 1139 start-up dans 10 pays européens, souligne que les dirigeants français sont encore frileux dans leurs échanges avec les jeunes pousses. «Ils y accordent moins d'importance que les autres. C'est une tradition très française notamment dans les grands groupes, qui est de penser qu'ils peuvent tout faire tout seuls. Et pourtant lorsqu'ils passent le cap, près de deux tiers pensent que la collaboration a été fructueuse», explique Mohammed Sijelmassi, chief technology officer chez Sopra Steria. Selon l'étude du cabinet, la France se classe dernière parmi les 10 pays européens dans les relations start-up-grands groupes. Par ailleurs, parmi les 70 grandes entreprises françaises interrogées, 11% ont trouvé leur

collaboration infructueuse, le taux le plus élevé en Europe.

Des chiffres perfectibles, surtout lorsque l'on connaît l'intérêt stratégique de ces partenariats pour pousser l'innovation des grands groupes. «Nous investissons dans une trentaine de start-up, elles nous permettent de gagner en efficacité opérationnelle et de proposer de nouvelles offres pour nos clients», explique par exemple Société générale. Côté start-up, ce sont évidemment des débouchés. «Contractualiser avec une grande entreprise, c'est une des préoccupations majeures pour une start-up. Cela peut représenter des marchés énormes», explique Maya Noël, patronne de France Digitale, association représentant les intérêts du secteur. La problématique ne date évidemment pas d'hier. En 2018, Bpifrance lançait une plateforme de mise en relations entre les deux parties qui, depuis quatre ans, a permis d'évangéliser de part et d'autre. Le développement des incubateurs ainsi que des fonds de corporate ventures chez les grands groupes ont aussi permis de créer des passerelles. Selon Sopra Steria, trois quarts des entreprises françaises interrogées disent avoir déjà travaillé avec des start-up.

Mais à l'évidence, il reste du pain sur la planche. Le premier des

chantiers est culturel. «Les "corporates" européens, et français en particulier, ont une culture différente de leurs homologues américains. Les processus de contractualisation pour les achats par exemple sont plus longs. Les négociations plus dures, la confiance difficile à obtenir pour les petites structures», note Jean Bourcereau, managing partner au sein du fonds d'investissement Ventech. «C'est pire dans la sphère publique, où la lourdeur administrative n'est pas adaptée au temps de la start-up», ajoute Maya Noël de France Digitale. Les collaborations à l'étape de R&D pour élaborer des prototypes peuvent aussi déboucher sur des situations tendues, souligne Mohammed Sijelmassi. «Certaines entreprises sont dans une logique d'immixtion dans les affaires de la start-up plutôt que de collaboration. Du côté des start-up aussi, il peut exister une inadéquation entre les services et solutions proposées avec la demande des groupes», explique l'expert.

Des différences culturelles

Abattre cette tour de Babel demandera du temps et des moyens. Selon l'étude de Sopra Steria, seulement 58% des groupes français interrogés confient avoir des équipes dédiées aux relations avec les





start-up, le plus faible niveau des 10 pays européens étudiés. « Il est dommage qu'en France nous n'ayons peu ou pas d'entrepreneurs et de fondateurs de start-up dans les conseils d'administration des groupes du CAC 40. Les start-up mais aussi les grands groupes y gagneraient », note Jean Bourcereau.

Il ne faut pas forcément y voir le signe de défiance pour l'écosystème de la French Tech. « C'est franchement un sujet de débat dans chaque entreprise, avec des équipes qui vont pousser pour l'innovation et l'adoption de solutions en externe, et d'autres équipes privilégiant le développement interne », conclut Julien Hodara, patron de la fintech Libon, qui a démarré comme spin-off du groupe Orange. Chez les jeunes pousses, on espère évidemment que la voix des premiers finira par s'imposer. ■

