Comment les startups françaises sont devenues incontournables dans les salons Tech

Du CES à l'IFA, de Taïpei à Lisbonne, les startups françaises sont devenues les must-have des grands rendez-vous Tech internationaux. Rassemblées sous la bannière French Tech et soutenues par Business France, elles bénéficient des contacts permis par les salons tout en devenant un argument de vente pour les organisateurs des forums.

Temps de lecture : minute

---

5 septembre 2017

Ça devient une habitude : avec 28 startups, la France est (encore) la première délégation étrangère à l'IFA de Berlin. Le salon dédié aux objets connectés a pour la première fois dédié un hall d'exposition aux jeunes pousses et aux innovations. Et la French Tech y tient une place de choix. D'abord avec un corner de quinze startups que Business France a emmené dans ses bagages. D'autres sont venues sous la bannière du Hardware Club. Et certaines ont fait le choix d'une échappée en solitaire, comme Tempow ou Kineti. Mais toutes arborent le coq rose de la French Tech sur leur stand, ce qui donne une visibilité inédite à l'écosystème français.

Après avoir marqué le Web Summit de son empreinte avec 97 jeunes pousses présentes en 2016, conquis le CES de Las Vegas avec quelque 233 représentantes cette année et entamé l'abordage des salons asiatiques au Computex de Taïpei, la France s'est imposée comme une startup nation... à l'étranger. "*Le fait que la France ait envoyé une délégation à l'IFA cette année encourage d'autres pays à donner de la*

visibilité à leurs startups, explique Maxime Sabahec qui a supervisé la présence de la délégation française pour Business France. *Nous sommes devenus précurseurs en la matière !*" Pour les salons, la présence de la French Tech devient un argument de vente.

Les événements, des apporteurs d'affaires

Si la French Tech a d'abord misé sur le CES, le plus médiatique des salons Tech, c'était pour mettre en avant la richesse de son écosystème innovant. En effet, le salon américain est le lieu idéal pour des entreprises encore peu développées pour se faire connaître et mettre en avant un produit iconique. Et la France n'en manque pas ! Avec 9400 startups, l'Hexagone est le premier écosystème européen d'entreprises en forte croissance. La stratégie a payé : grâce au CES, la French Tech et ses protégés ont gagné en notoriété et ont piqué la curiosité des investisseurs.

Mais si le CES est un tremplin sans équivalent en termes de réputation, d'autres salons se révèlent être de meilleurs leviers de croissance. Le Web Summit permet aux jeunes pousses françaises désireuses d'élargir

leur marché à l'Europe de nouer des contacts avec des partenaires potentiels, tout comme Computex en Asie. A l'instar du Mobile World Congress de Barcelone où les pépites françaises s'étaient déjà faites remarquer en début d'année, l'IFA reste un salon sectoriel propice à la signature de contrats pour des startups qui ont déjà fait leurs preuves.

Le calendrier des événements laisse même la possibilité à une jeune pousse particulièrement douée de se faire connaître au CES avant de transformer l'essai à l'IFA quelques mois plus tard. Il était donc essentiel pour Business France de s'intéresser à ce type de salons pour étoffer son offre événementielle à destination des pépites françaises. Et pour la French Tech, c'est l'occasion de toucher un public différent, des investisseurs et des partenaires plus spécialisés. L'institution ne compte d'ailleurs pas s'arrêter en si bon chemin. "*Nous sommes déjà en train d'organiser le déplacement des startups françaises au Web Summit, au festival Slush puis au CES 2018*", souligne Lauren Boudard, membre de la division internationale de Business France.

Article écrit par Geraldine Russell