

Jeunes mais conquérantes, les nouvelles Fintechs et Assurtechs structurent (déjà) leur internationalisation

L'international est traditionnellement un sujet réservé aux scaleups matures. Mais les levées de fonds de plus en plus précoces et les ambitions démesurées des startups dès l'amorçage poussent les entreprises à accélérer leur expansion à l'étranger.

Longtemps, les multinationales ont été synonymes de grands groupes : des entreprises centenaires, tentaculaires, qui essaïmaient dans des dizaines de pays grâce à des moyens financiers tout aussi spectaculaires. Ce temps est révolu. Désormais, même de (très) jeunes entreprises peuvent être des multinationales. Et les startups l'ont bien compris. 42% des Fintechs et Assurtechs du panorama déclarent envisager un développement international dans les six prochains mois. « *La plupart des très jeunes pousses se concentrent sur le marché français : elles doivent faire la preuve dans leur village. Mais pratiquement toutes ont une vision pan-européenne et internationale* », confirme Alain Clot, président de France Fintech.

Et pour cause : « *l'internationalisation est plus facile dans la Fintech que dans d'autres secteurs* », poursuit-il. « *Les services financiers se banalisent : les moins de 35 ans estiment que consommer des services financiers n'est pas différent de l'usage de transports ou de la consommation de biens culturels.* » Habitués à réserver un VTC en trois clics, à choisir un film ou une série dans des catalogues qui en comptent des milliers et à commander des plats même au milieu de la nuit, les nouveaux consommateurs exigent des services financiers rapides, faciles à utiliser et disponibles n'importe quand, n'importe où.

Les consommateurs ne sont pas les seuls à pousser les Fintechs à se projeter au-delà des barrières nationales. Pour les Fintechs et Assurtechs B2B, c'est pratiquement un pré-requis. « *Leurs clients sont déjà présents à l'international ; cela les emmène mécaniquement dans d'autres pays* », souligne Alain Clot. C'est le cas de Qantev, par exemple, qui a développé un logiciel à destination des assureurs privés de santé. « *Nous sommes installés à Paris mais tous nos clients sont à l'étranger. Dès le premier projet, nous avons travaillé dans la région du Golfe* », se rappelle Tarik Dadi, CEO de la startup.

« Le numérique rend les modèles et usages génériques. La fongibilité devient plus forte. »

Alain Clot, président de France Fintech

Reste qu'un développement à l'international présente plusieurs défis pour des entreprises aussi jeunes. Notamment en matière de conformité à la réglementation et des agréments à obtenir pour pouvoir en attester. « *La France a choisi la régulation dite du level playing field, qui impose la même réglementation quelque soit l'acteur qui opère le service financier* », précise Alain Clot. Un cadre « *exigeant, qui requiert beaucoup d'efforts et beaucoup d'argent* » afin d'obtenir les labels et de se conformer régulièrement aux audits de contrôle. D'autant que « *le régulateur français est l'un des plus exigeants d'Europe* », glisse le président de France Fintech. Mais ce qui peut être perçu comme pénible pour des entreprises qui se lancent devient un atout une fois le développement international entamé : « *c'est un gage de professionnalisme et de sérieux* ».

Europe et Amérique du Nord : toujours des valeurs sûres

Le premier marché que visent les startups est naturellement l'Union européenne, privilégiant les pays proches de l'Hexagone - 97% des startups en amorçage qui envisagent un développement international misent sur l'UE. « *Grâce au passeport réglementaire, l'agrément européen donne accès aux autres pays de l'Union, qui est le premier marché financier du monde avec 450 millions de consommateurs à haut pouvoir d'achat* », détaille Alain Clot pour expliquer l'engouement des entrepreneurs.

Mais la nouvelle génération de Fintechs et d'Assurtechs ne cantonne pas ses ambitions à nos voisins européens. 22% envisagent un développement en Amérique du Nord, le rêve américain étant devenu celui des entreprises tricolores. Encore faut-il avoir les moyens de ses ambitions, comme le souligne Tarik Dadi. « *Le marché américain est très important, il faut avoir de la bande passante pour pouvoir répondre à la demande et s'y développer très vite.* » Ce n'est pas donné à toutes les jeunes entreprises mais de plus en plus de startups se structurent dans cette optique, comme le souligne l'entrepreneur : « *dès le départ, nous avons conçu notre produit dans l'optique de pouvoir répondre aux demandes de clients internationaux* ».

Afrique et Asie : des opportunités à saisir

La même proportion de startups planifie également d'attaquer le marché africain. « *La France et l'Afrique partagent une communauté linguistique et culturelle mais aussi de formation des entrepreneurs*, note Alain Clot. *Le taux d'équipement en comptes bancaires est très faible sur le continent africain, tandis que le taux d'équipement en smartphones y est très élevé. Cela explique que l'innovation y soit pointue en matière de paiement et d'applications Fintechs et Assurtechs.* »

Et si peu de jeunes startups se tournent aujourd'hui vers l'Asie (6% seulement), les Fintechs et Assurtechs pourraient bien ouvrir la voie à d'autres secteurs de la French Tech. Qantev s'apprête ainsi à y ouvrir un bureau cette année. Et se réjouit que des pionniers du secteur aient déjà défriché le marché. « *Nous suivons l'exemple de Shift Technology, qui vend également un logiciel aux assureurs*, assume Tarik Dadi. *L'Asie a été l'un de leurs premiers marchés. Et c'est aujourd'hui l'un de ceux qui ont la plus forte croissance au monde pour les produits d'assurance.* »

[Consultez le livre blanc 2022](#)

Article écrit par MADDYNESS, AVEC LA BANQUE POSTALE