

Comment rendre sa startup attractive à l'étranger ?

Chaque pays a ses traditions lorsqu'il est question de faire des affaires. Il est donc souvent difficile de percer dans un marché étranger pour une startup qui manque d'encadrement ou de moyens. Dans l'épisode 5 du podcast #WAIStories par BNP Paribas, la co-fondatrice de Syntony raconte comment elle a pu vendre sa solution de signal GPS en espaces confinés aux métros du monde entier.

Temps de lecture : minute

12 décembre 2018

Chaque pays a son architecture, ses danses, ses fromages ou ses patois. Qu'il s'agisse d'y passer des vacances ou d'y monter un business, aller à l'étranger implique toujours un choc des cultures. Pour une jeune pousse, découvrir ces nouvelles régulations peut représenter un frein - voire totalement dissuader de développer son produit à l'étranger. Pourtant investir un autre marché peut devenir la plus grosse clé du développement d'une startup si l'on bénéficie d'un encadrement et prestations de qualité.

C'est par exemple le cas de Syntony. Cette jeune pousse toulousaine, désormais presque PME, transforme des simulateurs et des récepteurs de systèmes de positionnement par satellite (GNSS) pour apporter le GPS dans les métros ou les tunnels. La startup est désormais présente en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Une expansion qu'elle a pu réaliser avec WAI international - l'offre de WAI BNP Paribas pour accompagner les startup françaises dans leur projet d'exportation ou de

développement à l'international. Béatrice Korsakissok, la directrice générale de Syntony, et Catherine Brotschi, chargée d'affaire innovation au Pôle WAI Toulouse de BNP Paribas racontent comment elles ont travaillé ensemble dans un podcast réalisé par BNP Paribas.

Convaincre le premier client

“Cela faisait six mois, nous étions encore une bébé-entreprise”, se souvient Béatrice Korsakissok. “Notre premier client était le métro de Stockholm. Ils se sont intéressés à notre produit pour avoir du signal dans les tunnels. La suite s’est faite grâce au bouche-à-oreille. Tous les métros du monde se connaissent et ont voulu avoir le même produit performant et unique. On a commencé par en convaincre un, puis deux, puis trois...” Aujourd’hui, la startup est toujours basée à Toulouse, mais elle est présente sur au moins trois continents et continue de chercher à convaincre d’autres clients.

“Si une entreprise est innovante, elle ne l’est pas que pour Toulouse. Elle l’est pour le monde entier”, aime répéter Catherine Brotschi. Cette dernière a su convaincre Syntony en mettant en avant l’expertise et le réseau mondial de BNP Paribas à l’international. “Mais les startups n’anticipent pas les besoins et les contraintes financières de l’export”, explique la chargée d’affaires innovation de BNP Paribas. “Pour eux, c’est le rêve américain.”

Un réseau mondial

Le plus gros problème des startups innovantes qui cherchent à s’imposer à l’international est pourtant le même que celui des grandes entreprises : elles doivent organiser très tôt leur croissance à l’export. Rester sur le marché américain peut par exemple coûter au moins 1 million d’euros par an. C’est donc sur ce créneau que WAI International s’est positionné pour aider les startups : en proposant des financements spécifiques à l’export

et via deux réseaux internationaux. Le premier, Trade Développement, comprend des experts qui offrent des prestations sur-mesure aux startups ; le second est One Bank - soit 213 business center de BNP Paribas accessibles dans le monde entier.

Aux Etats-Unis, la filiale s'appelle Bank of the West. Syntony y a fait appel pour l'un de ses plus récents clients, le métro de New York. *"C'est un grand métro qui demande grande préparation"*, anticipe Béatrice Korsakissok. *"Bank of the West nous aide à imaginer les financements de la filiale, alors que nous avons une maison mère française."* Gérer les contrats et les factures en amont, comprendre les tenants et les aboutissants de la culture du pays dans laquelle l'entrepreneur va s'installer peut vite devenir un casse-tête. *"Il faut vraiment oser poser toutes les questions à son conseiller, même les plus futiles"*, insiste Béatrice Korsakissok. *"Sans une bonne structure financière, le projet ne peut pas voir le jour comme on en rêvait."*

La Chine est aussi une destination de choix pour l'étape de la production du produit. *"On mets les startups en relation avec le réseau Trade Développement"*, indique Catherine Brotschi *"Pour qu'elles puissent se financer tout en se protégeant pour ne pas avoir de problématiques sur la propriété intellectuelle."*

Etablir sa crédibilité

En parallèle des questions financières, une startup doit gérer un autre désavantage : sa petite taille. Défendre sa crédibilité sur le long terme passe par une architecture et des process solides. Le plus simple selon Catherine Brotschi est de vite trouver un investisseur qui puisse compléter l'équipe et assurer la croissance de l'entreprise pendant les trois premières années.

L'une des erreurs à ne pas commettre est d'avoir les yeux plus gros que

le ventre. Béatrice Korsakissok recommande de ne cibler qu'un seul pays à la fois. Il est aussi, selon Catherine, judicieux d'envoyer l'équipe de management s'installer plusieurs mois en amont pour tout organiser sur place. Syntony s'est rendu compte de ce besoin très tôt dans son évolution. Pour leur stratégie de développement, 60% de leur chiffre allait se faire aux Etats-Unis. La co-fondatrice a donc également cherché d'autres voies pour entrer dans le marché.

"J'ai participé au Women Entrepreneurs Program à Stanford en juillet dernier", raconte l'entrepreneuse. Organisé par BNP Paribas Wealth Management et la Women Initiative Foundation, l'événement qui a eu lieu à Stanford et a réuni 40 dirigeantes afin de leur faire bénéficier d'un accompagnement professionnel et leur donner accès à un réseau international de femmes entrepreneures. Pour ce coaching, BNP Paribas l'a financé afin qu'elle assiste à des cours avec des professeurs de qualité dans la prestigieuse université américaine. "C'était une expérience fabuleuse, un tremplin qui a répondu à des questions que je me posais déjà et des questions que j'allais me poser. Nous étions 41 entrepreneurs femmes de 14 nationalités différentes. On pouvait comparer nos différences de cultures, notre façon d'être dans les affaires et s'enrichir les unes les autres pendant les pauses entre deux cours."

Car s'il faut d'abord comprendre et intégrer les différences entre les cultures pour éviter les faux pas, il est également essentiel de se retrouver sur les similitudes. *"Trouvez des partenaires qui partagent vos valeurs", invite Béatrice Korsakissok. "C'est le meilleur conseil que je puisse donner à une startup qui débute. Une entreprise naît d'une belle idée. Et pour qu'elle voie le jour, il faut tous aller dans le même sens."*

Maddyness, avec BNP Paribas.

Article écrit par Maddyness, avec BNP Paribas