

Quels marchés et outils pour repartir à l'international en sortie de crise ?

Malgré la fermeture des frontières, les opportunités d'export persistent. Pour faire un état des lieux des marchés et des outils à destination des startups, Business France a interrogé des entrepreneurs installés en Italie, en Allemagne et en Espagne.

Temps de lecture : minute

22 mai 2020

Pour aider les startups à rebondir, Business France a organisé le 20 mai dernier un webinar sur les marchés et les outils export pour repartir à l'international en sortie de crise. Six entrepreneurs et ambassadeurs de la French Tech en Espagne, en Italie et en Allemagne, ont ainsi pu présenter l'état de leur marché respectif. Malgré la conjoncture actuelle, les opportunités existent toujours, et il est possible de *"dépasser positivement l'étape que nous vivons actuellement en étant précautionneux mais ambitieux"*, estime Thomas Vial, Head of Department chez [Business France](#).

L'Espagne, un marché ouvert pour les télécoms

La crise a fait émerger un énorme besoin en technologies de télécommunication dans le pays. Le taux de connexion à internet a connu une croissance de 40% au cours des dernières semaines. Les entreprises ont commencé et continuent à organiser des rendez-vous en visio-conférence malgré le déconfinement. Le numérique, supporté par un bon

réseau filaire, le cinquième au niveau mondial, constitue donc une belle opportunité pour les entreprises. *“Néanmoins, ces besoins numériques se cantonnent à certains secteurs comme les applications de télétravail. Les marchés du tourisme, du retail physique et de l’aérien connaissent encore de grandes difficultés”*, indique Javier Miguel, chargé de développement chez Business France. Guillaume Rostand, CMO de Liligo et responsable French Tech à Barcelone, est plus prudent. Selon lui, *“nous vivons actuellement un temps de flottement à cause des aides fournies par les États pour soutenir leur économie. Les véritables conséquences arriveront en septembre”*, ce qui empêche encore les entreprises de se projeter dans l’avenir.

La capitale catalane, dont 20% du PIB provient du tourisme, devrait néanmoins réussir à sortir de cette crise sans trop de peine car *“elle constitue un hub européen pour la gestion des opérations à l’export”*. Malgré le gel des événements, Barcelone est *“cosmopolite, connectée, les ressources y sont faciles à trouver et la qualité de vie y est agréable”*, souligne Guillaume Rostand. De nouvelles opportunités devraient s’y dégager grâce à une meilleure liquidité du marché du travail. *“Une baisse des charges, des coûts du travail et des loyers”*, permettra à la ville de conserver son attractivité du point de vue de l’export.

Concernant le tourisme, la situation est mitigée : les compagnies aériennes et les agences de voyage sont à l’arrêt mais les citoyens sont impatients de repartir. Malgré l’engouement de ces derniers, le secteur devrait être impacté pendant les 12 à 18 prochains mois. S’y frayer un chemin sera sans doute compliqué mais il n’est pas impossible de se faire une place sur ce marché très concurrentiel, à moyen et long terme.

En Italie, l’e-commerce et le digital explosent

Durant toute la crise, *“l’écosystème startups s’est montré très dynamique”* et le pays a même réalisé *“un bond en avant de 10 ans dans*

le secteur du numérique” , explique Patrizia Galbani, Head of Technology and Services Department chez Business France. Internet est devenu en quelques jours le principal moyen de communication du pays, au niveau personnel comme professionnel.

Le pays a également connu une forte accélération dans la digitalisation de ses systèmes de paiement en ligne et son activité e-commerce. Cette dernière a progressé de 118% comparé au premier trimestre. Plus de 2 millions d'Italiens ont réalisé leurs premiers achats en ligne durant le confinement et 77% des entreprises ont enregistré de nouveaux clients.

Le créateur de boutique en ligne PrestaShop a également observé une croissance de ses activités de *“77% en Italie, 52% en Espagne et 91% en Amérique latine contre 39% en temps normal”* . *“Ce boom du e-commerce se cantonne néanmoins à quelques secteurs, la pharmacie et la grande distribution en tête. La mode et le tourisme restent encore très pénalisés”* , reconnaît Lucas Mastroianni, Head of International chez PrestaShop, néanmoins confiant sur la pérennité du phénomène. Loin de s'éroder avec le déconfinement, il devrait se poursuivre et s'ancrer comme une habitude, au moins en Italie. *“Il y aura encore plus de convergence entre les lieux physiques et numériques de la vente”* .

L'Allemagne, terre d'opportunités et de prospection

En Allemagne, la situation reste plutôt stable et inchangée mis à part dans les secteurs du voyage et de l'évènementiel qui, comme ailleurs, sont à l'arrêt. Pour Martin Gramling, Head of the Tech & Services Department en Allemagne pour Business France, *“réinventer la manière de vivre des événements sera un enjeu de taille”* pour toute la filière événementielle. Düsseldorf, qui accueille de nombreux salons, se voit actuellement amputée d'une partie de ses revenus. Les startups françaises auront peut-être une carte à jouer sur ce secteur.

Même durant la crise, les investisseurs allemands sont restés actifs. *“N26 a réalisé une importante levée de fonds de série D”* souligne Martin Gramling pour qui *“les secteurs B2B et tech ont encore de beaux jours devant eux”*.

Berlin a également mené un plan de sauvetage de 156 milliards d’euros pour protéger et relancer son économie et un nouvel accord européen de 500 milliards d’euros se profile. L’activité économique allemande devrait donc plutôt bien tenir le choc. *“L’Allemagne rebondit lentement mais sûrement et reste surtout ouverte aux opportunités”*, estime Martin Gramling qui invite les entrepreneur·e·s français·es à poursuivre leur prospection dans le pays.



À lire aussi

[#Finance: Bpifrance présente son « Ambition ETI 2020 »](#)

Des plans d'aide poussés jusqu'à septembre

Début avril, Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et Jean-Baptiste

Lemoine, Secrétaire d'État aux Affaires étrangères ont annoncé un plan de soutien exceptionnel aux entreprises exportatrices pour les aider à faire face au ralentissement économique engendré par le Covid-19. Les quatre mesures prises à cette occasion seront maintenues et déployées jusqu'au mois de septembre. Elles comprennent : l'octroi des garanties de l'État à travers Bpifrance Assurance Export pour les cautions et le renforcement des préfinancements de projets export, des assurances-prospection, un accompagnement et de l'information.

Depuis le début du confinement, Business France propose des webinars marchés pour aider les startups françaises à poursuivre leur développement à distance. La semaine dernière, l'un d'entre eux était dédié aux opportunités du marché asiatique. Business France propose également des outils de prospection à distance.

Des outils d'immersion pour prospecter et valider son marché

Le V.I.E ou Volontariat International en Entreprise est également un levier à envisager pour tester son idée. Il s'agit d'un dispositif de mobilité internationale permettant à une entreprise française de confier une mission professionnelle à l'étranger, à un·e collaborateur·rice français·e ou européen·ne, et *“d'apprendre à connaître un marché pendant 3 à 6 mois avant de s'y implanter”*, explique Javier Miguel. Des programmes européens d'accélération et d'immersion sont également prévus.

En Allemagne, un plan IMPACT Germany sera organisé le 29 mai. À cette occasion, les startups pourront réaliser des études de positionnement et des prospections personnalisées. Un appel à projets mené conjointement par Bpifrance et Zim, est également en cours en Allemagne. Il vise à soutenir les partenariats franco-allemands proposant des produits ou des services innovants. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 15 octobre 2020.

L'Italie et l'Espagne accueilleront respectivement les French Tech Days Italy mi-octobre et French Tech Days Iberia mi-novembre. Durant ces missions, les entreprises sélectionnées "*auront l'opportunité de tester leur potentiel business et d'accélérer leur développement en rencontrant directement leurs cibles*" explique Business France.

Vous vous demandez encore si c'est le bon moment pour vous lancer ? La réponse est clairement oui. Le marché s'est libéré et les opportunités de trouver des talents sont clairement favorables. Même si vous ne vous lancez pas demain, c'est le moment idéal pour réaliser des études de marché, prospecter afin d'être prêt à vous lancer dès la reprise de l'économie. En somme, restez aux aguets !

Article écrit par Anne Taffin