

French Tech 120 : le bilan de la première promotion

Un an après l'officialisation du Next 40 et à quelques jours de l'ouverture des candidatures pour intégrer la deuxième promotion du French Tech 120, quel bilan peut-on tirer de ces deux labels attribués aux startups françaises les plus prometteuses ? Maddyness fait l'état des lieux avec des lauréats et la French Tech.

Republication du 21 octobre 2020

Mi-septembre 2019, sous les ors du palais de l'Élysée était dévoilée une sélection de quarante fleurons de la Tech française, le Next 40 ; préambule au French Tech 120, annoncé quelques mois plus tard, et élargi à 123 startups. Dans quelques jours sera lancé l'appel à candidatures pour la deuxième promotion de ce qui est surnommé FT120 par les initié·e·s. Alors, est-ce que ça vaut le coup pour les startups de postuler ? Le French Tech 120 première génération a-t-il tenu toutes ses promesses ? Quel bilan peut-on en tirer après un an d'existence ?

Un accompagnement très opérationnel

C'est peut-être l'un des aspects les plus méconnus du French Tech 120 - du moins pour ceux qui n'ont pas eu la chance d'être sélectionnés. Car la principale vertu de cette sélection, et non du classement ou de l'indice comme on peut trop souvent l'entendre, est qu'elle donne accès à un programme

d'accompagnement très concret, encadré par la French Tech et assuré par les services de l'État eux-mêmes. Bpifrance, l'Urssaf ou encore la Banque de France ont écouté et épaulé les startups sur des problématiques parfois techniques mais pourtant cruciales pour des entreprises trop mal connues des administrations. L'accompagnement de l'État a ainsi été très opérationnel concernant les besoins de gestion d'un chef d'entreprise : la trésorerie, le recrutement, le développement commercial.

Grâce à l'appui des correspondants French Tech dans plus d'une cinquantaine d'administrations ou d'institutions partenaires et à la mobilisation des quatre startup success managers de [la mission French Tech](#), chargés du suivi des entreprises, les heureux élus ont vu certaines situations périlleuses se débloquer. Un atout d'autant plus incontournable que cette première année a été marquée par la crise. *« Elle a vraiment permis de tester la tuyauterie du Next 40 et de voir avec quelle efficacité on arrivait à contacter les bonnes personnes pour avoir des réponses à nos questions sur le chômage partiel ou les PGE, observe Nicolas Brusson, CEO de [BlaBlaCar](#). Cela a très bien fonctionné. L'accès aux administrations a été plus direct, plus humain, nous avons moins été confrontés à une grosse machine administrative. »*

À lire aussi

[Le FT120 permet-il aux scaleups de mieux résister à la crise ?](#)

Ainsi, l'institution qui a été l'une des plus sollicitées s'est révélée être... la Banque de France, notamment parce que les entreprises peinaient à obtenir des financements à de bonnes conditions en raison d'une cotation peu flatteuse. La cotation donnée par la Banque de France à une entreprise définit le taux auquel elle pourra se financer auprès de Bpifrance et des banques privées. Or, comme de nombreuses startups ne sont pas encore rentables et que c'est l'un de critères majeurs de cotation, l'institution les considère comme des entreprises peu fiables, même si elles présentent des perspectives de croissance impressionnantes et de rentabilité à moyen terme.

En échangeant avec les startups, la Banque de France a compris le problème et modifié sa méthode d'analyse de risque des entreprises du French Tech 120 pour s'adapter. Cela a permis d'améliorer leurs conditions de financement auprès de ces institutions. Une aubaine pour des entreprises qui ont de plus en plus à cœur d'éviter les levées de fonds superflues et surtout une trop grande

dilution des fondateurs.

Rapprocher l'État et les startups

L'avantage de cette promotion qui a essuyé les plâtres est qu'elle a éprouvé le dispositif et testé la réactivité des administrations. Ainsi, 54% des lauréats ont sollicité la DGFIP pour répondre à des questions sur la fiscalité, 55% la Banque de France et 60% l'Urssaf. Autant d'échanges qui ont permis aux entreprises innovantes de faire entendre leur voix sur des sujets qui leur compliquaient la vie au quotidien, alors que les freins réglementaires sont régulièrement cités parmi les barrières les plus importantes à la croissance de l'écosystème tricolore.

« L'État n'a pas toujours été vu comme un catalyseur mais plutôt comme un frein au développement des entreprises innovantes, reconnaît une source proche du dispositif. Là, on a vu un effort de l'équipe France, si je puis dire, pour soutenir les entreprises. Les administrations ont pris conscience de leur importance dans la vie d'une entreprise et ont changé leur approche pour aider les startups dans leur développement. »

Le dispositif a ainsi contribué à modifier les relations entre l'administration et les startups, entre lesquelles le dialogue a rarement été très fluide. *« Le label a créé de la visibilité pour les startups auprès des institutions publiques. On le voit dans nos interactions avec les ministères ou les ambassades : ils savent de quoi on parle quand on dit Next 40. Les choses sont plus faciles grâce à ça »*, note Pierre Dubuc, cofondateur d'OpenClassrooms.

Et du côté des administrations, le programme est aussi l'occasion de découvrir les besoins d'une partie de leurs administrés - et de calibrer des services en fonction de ces derniers. Ainsi, selon un sondage réalisé par la French Tech auprès des parties prenantes, 82% des administrations partenaires du programme considèrent que le programme leur a permis de mieux comprendre les enjeux des startups et 89% sont « satisfaites » ou « très satisfaites » de leur participation. Le début d'une *love story* inattendue ?

Une visibilité accrue de l'écosystème

Au contraire de l'accompagnement opérationnel, les retombées en termes de communication ont, sans surprise, constitué l'un des atouts majeurs du French Tech 120. *« Cette année au sein du Next 40 a donné une importante exposition média à Finalcad, souligne ainsi Franck Le Tendre, CEO de la scaleup. Mettre en avant des parcours d'entrepreneurs a contribué à libérer la parole, a donné aux entrepreneurs une tribune qu'ils n'avaient pas auparavant. »*

Tous les entrepreneurs que nous avons interrogés soulignent les différentes vertus de cette mise en avant : auprès des candidats, grâce à une marque employeur renforcée, comme l'a explicité Pierre Dubuc d'OpenClassrooms ; auprès du grand public, afin « *d'évangéliser la France, notamment grâce à l'analogie avec le CAC 40* » , a de son côté précisé Firmin Zocchetto, CEO de Payfit ; mais aussi auprès de clients potentiels, notamment parmi les grands comptes du CAC 40, comme l'a noté Jérôme Masurel, fondateur de l'accélérateur 50Partners : « *cela leur a permis d'identifier quarante entreprises avec lesquelles ils peuvent travailler en toute sérénité* » .

Ce bonus de visibilité a également eu cours sur la scène internationale. Business France et Bpifrance faisant partie des institutions partenaires et étant déjà rodés à l'exercice, ils ont activé l'ensemble de leurs réseaux pour créer des ponts entre le French Tech 120 et les différentes communautés French Tech à l'international. Comble du chic, des entrepreneurs ont eu l'opportunité d'accompagner Emmanuel Macron dans certains de ses déplacements officiels, prenant place à bord de l'avion présidentiel et profitant de ce temps afin d'échanger plus directement avec lui.

De quoi doper les opportunités commerciales sur place pour les heureux élus. Mais les entrepreneurs s'accordent sur le fait que cette mise en lumière bénéficie in fine à l'ensemble de l'écosystème. « *L'idée était de faire briller l'écosystème par le haut, que le Next 40 fasse office d'étendard et, à cet égard, c'est réussi* » , constate ainsi Jérôme Masurel.

Des investisseurs peu réceptifs au label Next 40

En revanche, et contrairement à ce qui était attendu, les investisseurs semblent peu réceptifs à la hype autour du label. Notamment parmi les entreprises du Next 40, beaucoup évoquent le fait qu'elles étaient déjà très courtisées avant d'être sélectionnées, y compris par des investisseurs étrangers. « *C'est un signal parmi d'autres* » , tempère ainsi Nicolas Brusson à propos du label Next 40 et de son effet auprès des acteurs financiers. Un constat partagé par les fonds d'investissement avec lesquels nous avons échangé sur la question. « *On considère plutôt les perspectives marché que les labels officiels* » , précise ainsi un investisseur.

La sécurisation des atouts tricolores sur le territoire

Plus ou moins assumé, il n'en reste pas moins que l'objectif a été rempli. Car faire briller nos fleurons nationaux pour les aider à s'exporter est une chose

mais les voir s'expatrier en est une autre. *« Il faut se rappeler que ce programme existe parce que l'État a estimé que certaines entreprises innovantes représentaient un enjeu important en matière de souveraineté nationale, tient à souligner un fin connaisseur du dispositif. Il lui fallait donc accompagner ces entreprises sur des sujets qui sont du ressort de l'État. »* En effet, lors de l'annonce des deux programmes, Emmanuel Macron avait mis en évidence le fait que la création de champions tricolores devait d'abord servir à créer des emplois sur le territoire – et donc à garder à l'intérieur de nos frontières des innovations majeures.

À ce titre, le French Tech 120 est solidement arrimé dans l'Hexagone : la French Tech se réjouit qu'un an après le début du programme, 100% des entreprises aient toujours leur siège social en France. Gageons qu'aucune entreprise peu scrupuleuse ne profite de l'annonce de la prochaine promotion pour délocaliser son siège social après avoir profité des atouts de l'Hexagone...

Le véritable motif de satisfaction réside plutôt dans l'influence que la sélection parmi les startups du French Tech 120 a opéré sur les entreprises retenues. Ainsi, la meilleure compréhension des enjeux pour les startups par l'État lui a permis de créer les conditions de leur maintien sur le territoire. Il a été l'un des facteurs de définition de leur stratégie de développement, en leur proposant des solutions pour rapatrier leur production ou pour préparer une entrée en Bourse en Europe plutôt qu'au Nasdaq. En créant un écosystème propice à leur développement, l'État encourage ses pépites à pérenniser leur activité en France et à rayonner... depuis l'Hexagone.

Une communication à affiner pour éviter les désillusions

Si le bilan est globalement positif, du côté de la French Tech comme des entreprises, il reste cependant des points à améliorer. Un des sujets majeurs concerne la pédagogie sur les dispositifs du Next 40 et du French Tech 120, encore mal compris par une grande partie de l'écosystème, un an après leur mise en place. Il faut dire qu'ils ont pâti d'une communication erratique entre les premières annonces, au printemps 2018, et leur officialisation. En effet, c'était le secrétaire d'État au Numérique de l'époque, Mounir Mahjoubi, qui avait laissé entendre en mai 2018 à VivaTech que le Next 40 serait un indice pensé en regard du CAC 40 dans l'optique de faire rayonner la Tech française à l'international.

À lire aussi

Comment le gouvernement veut simplifier la vie des entrepreneurs

L'arrivée de Cédric O au secrétariat d'État du Numérique a achevé de donner au projet une coloration plus opérationnelle, avec une priorité clairement donnée aux synergies entre administrations et entreprises. Sans compte que le grand flou entretenu autour de la sélection durant de longs mois a engendré quelques désillusions chez ceux qui se voyaient visiblement plus beaux que ce que leurs chiffres de croissance ou de levées de fonds ne leur permettaient d'espérer.

Rappelons que ce dispositif est assez unique en son genre dans le monde, ce qui peut dérouter même les plus aguerris des entrepreneurs. Au point de brouiller les pistes, y compris pour ceux qui ont eu la chance d'être sélectionnés ! « *Certaines entreprises n'étaient pas au courant de ce à quoi elles avaient droit, d'autres ont pensé qu'en intégrant le French Tech 120, elles auraient automatiquement accès à la commande publique, par exemple* » , illustre un proche du dispositif. Il faudra donc travailler sur « *la gestion des attentes* » des lauréats pour que les futures promotions comprennent mieux le programme et puissent en utiliser tous les leviers. Un guide d'onboarding devrait ainsi être remis aux futures pépites retenues.

Mieux accompagner les unsexy startups

C'était l'une des surprises de la sélection : non, la French Tech ne se résume pas à des SaaS et des marketplaces ! Si les BlaBlaCar et autres Meero concentrent la lumière grâce à des activités grand public ou des tours de table mirobolants, les unsexy startups, B2B, deeptech ou industrielles, représentaient la majorité des entreprises retenues lors de cette première promo. La French Tech est traditionnellement perçue par beaucoup comme un club d'entreprises du numérique mais 20% des startups du French Tech 120 étaient industrielles, la santé étant le premier secteur représenté.

De quoi mettre à l'épreuve un programme qui n'avait pas été initialement pensé pour ce profil d'entreprises. Elles ont des problématiques très différentes des startups numériques : il s'agit de trouver un site de production, débloquer un permis de construire ou des financements spécifiques, souvent plus compliqués à obtenir. Confrontés aux demandes de plus en plus nombreuses des lauréats, les experts du French Tech 120 n'ont pas eu d'autre choix que de trouver les ressources, notamment auprès de Bercy, pour répondre aux attentes.

Un mal pour un bien, puisque les décideurs publics connaissent désormais mieux le profil des entreprises françaises late stage et sont capables de répondre à leurs besoins, qu'elles fassent ou non partie du French Tech 120. « *Nous avons cherché davantage de données sur ce profil d'entreprises pour que les startups deeptech plus petites, qui ne sont pas dans le French Tech 120, puissent aussi bénéficier d'un meilleur accompagnement de l'État* », note ainsi un proche du dispositif.

Développer l'effet réseau au sein du French Tech 120

C'était l'un des points qui devaient faire la force du dispositif. Beaucoup pensent que la French Tech est un club où tout le monde se connaît mais ce n'est pas le cas : les CEO ne se connaissent pas tous, notamment les fondateurs en région, encore trop à l'écart de l'écosystème qui reste principalement concentré à Paris. Le French Tech 120 devait donc être l'occasion de favoriser les liens entre des entreprises qui n'avaient pas naturellement vocation à échanger. « *On se connaît un peu mieux avec les autres lauréats, estime Pierre Dubuc d'OpenClassrooms. Mais il n'y avait pas beaucoup de liens business au sein du portefeuille, plutôt des échanges de tuyaux, une forme d'entraide et de solidarité.*»

Crise oblige, les rendez-vous informels ont été limités au strict minimum. Ce sera donc l'un des axes majeurs d'amélioration pour la deuxième promotion. « *On essaiera de faire un effort en 2021, parce que nous avons conscience que ce que ce que les autres fondateurs ont à offrir est complémentaire de nos services* », souligne une source proche du dispositif. L'appel à projets qui sera lancé dans quelques jours permettra de constituer une deuxième promotion pleine de promesses pour les futurs lauréats du French Tech 120.