

ÉTATS-UNIS

Une « French Connection » ouvre la Silicon Valley aux PME

La Mission économique de San Francisco a créé un programme spécifique pour les start-up françaises.

DE NOTRE CORRESPONDANTE
À SAN FRANCISCO.

Difficile d'être crédible auprès des entrepreneurs quand on se réclame de l'administration française. Pour Aymeril Hoang, directeur du pôle télécommunications, logiciels et Internet de la Mission économique de San Francisco, c'est même devenu une frustration majeure. Pourtant, le jeune diplomate, issu de l'Arcep, démontre depuis fin 2006 que le fonctionnaire et l'esprit d'entreprise peuvent faire bon ménage. Bâti sur un réseau serré d'entrepreneurs, de capital-risqueurs et de « mentors », le programme qu'il a créé, French Tech Connection (FTC), est conçu comme une sorte d'incubateur virtuel pour aider les start-up françaises convoitant la Silicon Valley. Une idée qui a retenu l'attention d'Ubifrance, l'agence française pour le développement international des entreprises placée sous la tutelle du ministère des Finances. Responsable des activités commerciales des 160 missions économiques françaises réparties dans le monde, cet Epic prendra entièrement en charge, à compter de janvier 2009, les bureaux de San Francisco, New York et Chicago.

Connaître les règles

FTC est né d'une prise de conscience : en fait de service public, la Mission économique de San Francisco, qui offrait ses prestations bon marché de veille et d'organisation de voyages, ne s'adressait qu'aux grands groupes français du secteur bancaire, des télécommunications ou des médias. Délaissant les petites entreprises. « A l'été 2006, nous avons conclu que notre offre n'était pas adaptée car, dans la plupart des cas, la visite d'entrepreneurs français dans la Silicon Valley est une perte de temps », explique Aymeril Hoang. L'ignorance de l'écosystème local, la méconnaissance des règles du jeu californien et le fossé culturel sont autant de handicaps rédhibitoires. D'où la décision d'Aymeril Hoang de créer un programme qui, pour 5.500 euros, forme et prépare pendant deux mois l'entrepreneur à une semaine de voyage dans la Silicon



A partir de San Francisco, le programme French Tech Connection prépare les entrepreneurs à une semaine de rencontres dans la Silicon Valley.

Valley avec une dizaine de rendez-vous à la clef.

Convaincre son interlocuteur américain – partenaire, investisseur ou client potentiel – est en effet un défi majeur pour l'entrepreneur français. Par exemple, les Américains ont besoin d'éléments très concrets quand les Français aiment l'abstraction et les concepts. Et ces derniers rechignent à mettre en valeur leur expérience passée, y compris les échecs, alors que leur crédibilité auprès des Américains en dépend.

Les entrepreneurs français « ont une faible compréhension de l'industrie du capital-risque et de la manière dont les deals se font ici », souligne Ismaël Ghalimi, l'un des « mentors » de FTC. Fondateur et PDG français d'Intalio, il est installé dans la Silicon Valley depuis une dizaine d'années. Vincent Worms et Nicolas Elbaz, partenaires chez Partech, participent aussi au réseau de FTC. Marylène Delbourg-Delphis, philosophe, journaliste, femme d'affaires et coach, impose à tous les aspirants la lecture de « L'Art de se lancer » de Guy Kawasaki, son premier disciple américain, et leur ouvre les yeux sur leur « nécessaire mutation culturelle » pour réussir dans la Silicon Valley.

Répliquer le modèle

Le programme refuse davantage de monde qu'il n'accepte de candidats, ciblant les projets à plus fort potentiel. Dans certains cas,

et ne sont pas prêts, en réalité, à s'attaquer au marché américain. Puisque nous sommes un point d'entrée naturel, nous pouvons les aider à se poser les bonnes questions », indique Didier Janci, le patron de la mission économique.

Parmi les neuf start-up aidées, deux ont ouvert un bureau local, comme Yoono (lire ci-dessous). Selon les diplomates de San Francisco, FTC aurait insufflé un courant d'air frais dans la réflexion de l'administration française sur ses projets commerciaux d'aide internationale aux entreprises. Didier Janci, l'ancien directeur adjoint d'Ubifrance, affirme que si FTC est adapté à l'écosystème unique de la Silicon Valley, son modèle peut être répliqué dans d'autres zones géographiques et d'autres secteurs, comme les sciences de la vie à San Diego, où existe déjà un réseau professionnel dense franco-américain.

LAETITIA MAILHES