JOURNEE DE CONCERTATION FEUILLE DE ROUTE DE SOUTIEN A LA FILIÈRE NUMÉRIQUE

Atelier International

2 octobre 2017

https://concertations.nouvelle-aquitaine.fr

#numNA

#INTERNATIONAL

Jonathan MUNOZ – Conseiller régional délégué Développement international

Jérôme LELEU – Président Interaction Healthcare

Se développer à l'international : enjeux pour les entreprises du numérique

1. Les entreprises du numérique et leur ambition sans frontières changent-elles la façon d'aborder le développement à l'international ?
2. Comment mieux accompagner les entreprises pour répondre à ces questions ?
3. Quelle approche collective pour soutenir, aider et accompagner les entreprises dans leur conquête des marchés internationaux ?

SRDEII :
2 i pour Innovation et International

SRDEII

- Augmenter le nombre d'exportateurs
- Augmenter le CA international de manière durable
- Renforcer l'ouverture à l'international des filières
- Renforcer lisibilité et efficacité du dispositif
- Renforcer l'attractivité NA
- Augmenter les investissements étrangers

PROFIL DE L'EXPORTATEUR DE LA FILIERE NUMERIQUE

Une organisation plutôt structurée à l'export :

44 % ont des emplois exclusivement ou partiellement dédiés à l'export (également 44 % toutes filières confondues)

47 % des entreprises souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir

22 % envisagent de renforcer leur fonction export dans l'année à venir

Un taille salariale moins élevée :
9 salariés (effectif médian)
10 toutes filières confondues

Principaux freins à l'export identifiés :

- **Coûts trop élevés/Manque de moyens financiers : 40 %**
- **Manque de compétences : 14 %**
- **Manque de moyen humains : 14 %**

Une part plus élevée de primo-exportateurs : 33 % (24 % toutes filières confondues)

Source : Observatoire régional des échanges internationaux – Enquête auprès des entreprises exportatrices – juin 2016
*sur la base de de 72 entreprises (TIC, Informatique)

journée de co-construction du 2 octobre
international

Les entreprises du numérique et leur ambition sans frontières changent-elles la façon d'aborder le développement à l'international ?

La stratégie à l'international doit être pensée dès la création de l'entreprise à l'image des « born global » pour lesquelles l'international n'est pas un nouveau terrain à conquérir mais le marché de départ

La décision de développement à l'international ne doit pas intervenir trop tôt : elle doit être anticipée et la stratégie bien préparée. Elle doit s'appuyer sur un produit qui fonctionne

Le dispositif d'accompagnement à l'export est-il adapté ?

L'organisation du dispositif public d'appui à l'internationalisation des entreprises : la logique du PARCOURS DE L'EXPORT

UNE SEULE PORTE D'ENTREE

→

CCI International Nouvelle-Aquitaine au 1er juin 2017

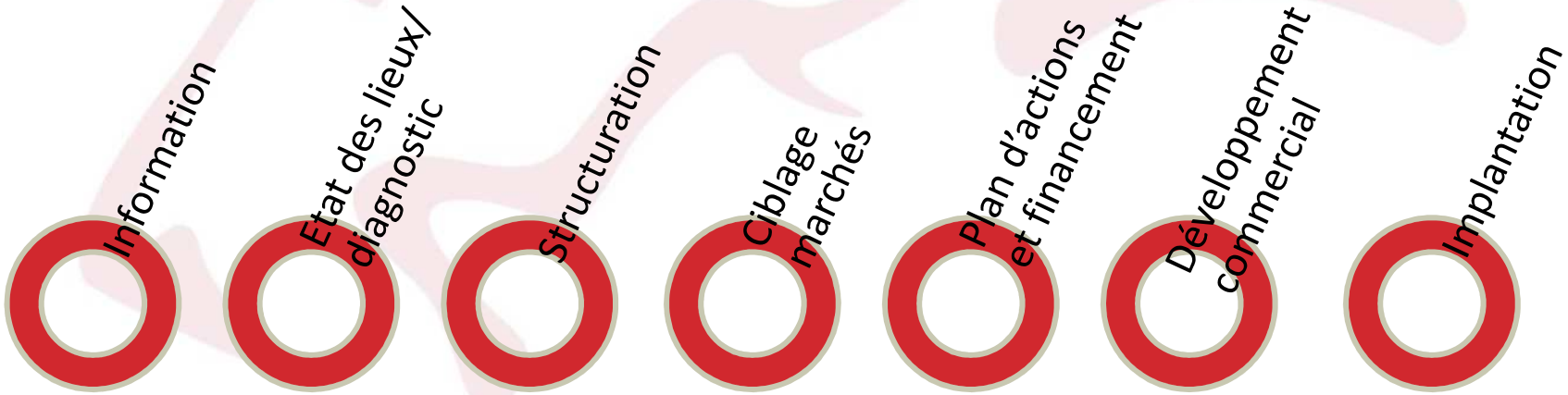
→

Référent pour l'entreprise Interlocuteur de proximité

RÉGION Nouvelle-Aquitaine

REGION PILOTE

CCI International Nouvelle-Aquitaine



Des prestations harmonisées, répertoriées et qualifiées

L'ACCOMPAGNEMENT PAR LES PARTENAIRES DE L'EXPORT

54 % ont déjà bénéficié d'un accompagnement
(55 % pour l'ensemble des filières)

- **Financement** (prêt, subvention, assurance) **: 31 %**
- **Information** (marché, technique de l'export**) : 28 %**
- **Accompagnement** (prospection, implantation) **: 13 %**

51 % souhaitent un appui dans l'année à venir
(44 % toutes filières confondues)

Information (réglementation, marché, technique de l'export) **: 43 %**
Financement (prêt, subvention, assurance) **: 32 %**
Conseil (stratégie export, ciblage marché) **: 8 %**

62 % ont concrétisé une action à l'international suite à l'accompagnement
(66 % pour l'ensemble des filières)

- **Des informations permettant le bon déroulement : 42 %**
- **La signature d'un contrat : 17 %**
- **Une négociation en cours avec des partenaires : 17 %**

46 % ont déclaré avoir eu un impact sur leur activité
(40 % pour l'ensemble des filières)

- **Développement** de l'activité à l'international **: 41 %**
- **Hausse du chiffre d'affaires : 24 %**
- **Recrutement(s) : 18 %**

Source : Observatoire régional des échanges internationaux – Enquête auprès des entreprises exportatrices – juin 2016
*sur la base de de 72 entreprises (TIC, Informatique)

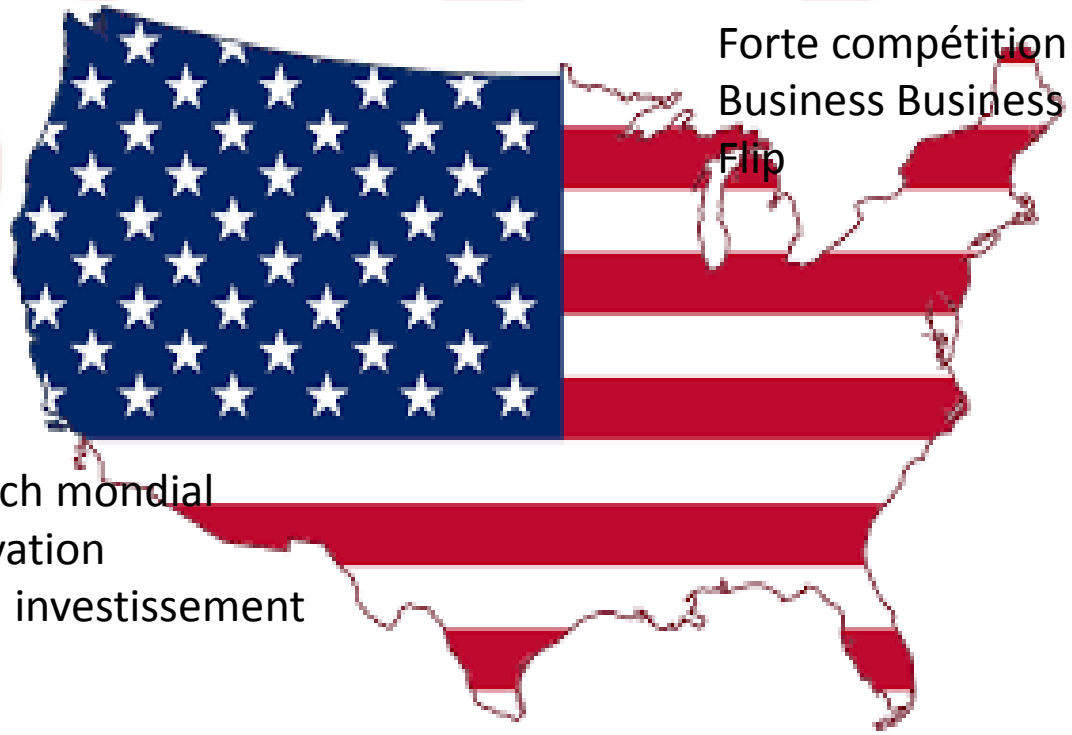
ENJEUX ET BESOINS IDENTIFIES DANS L'ATELIER

L'INTERNATIONAL ET L'INNOVATION DEUX LEVIERS CONCOMITANTS

1. **Le chef d'entreprise au cœur de la stratégie**
2. **Financement=besoin récurrent en particulier pour start-up. L'international implique de forts besoins de financement.** Prévoir par ex 1M€ pour sérieusement aborder le marché américain. Cela suppose d'avoir une stratégie REI CT/MT/LT. Nécessité d'intégrer l'international dans besoin de levée de fonds mais après avoir testé le marché et début de traction
3. **Momentum opportun de se développer à l'international.** Dépend de la maturité de votre produit (lien avec innovation) et dynamique du marché
4. **Besoin de renforcer l'accompagnement** en développement commercial et au ciblage des marchés.

journée de co-construction du 2 octobre
international

Les Etats Unis et le reste du monde ?



Forte compétition
Business Business and Business
Flip

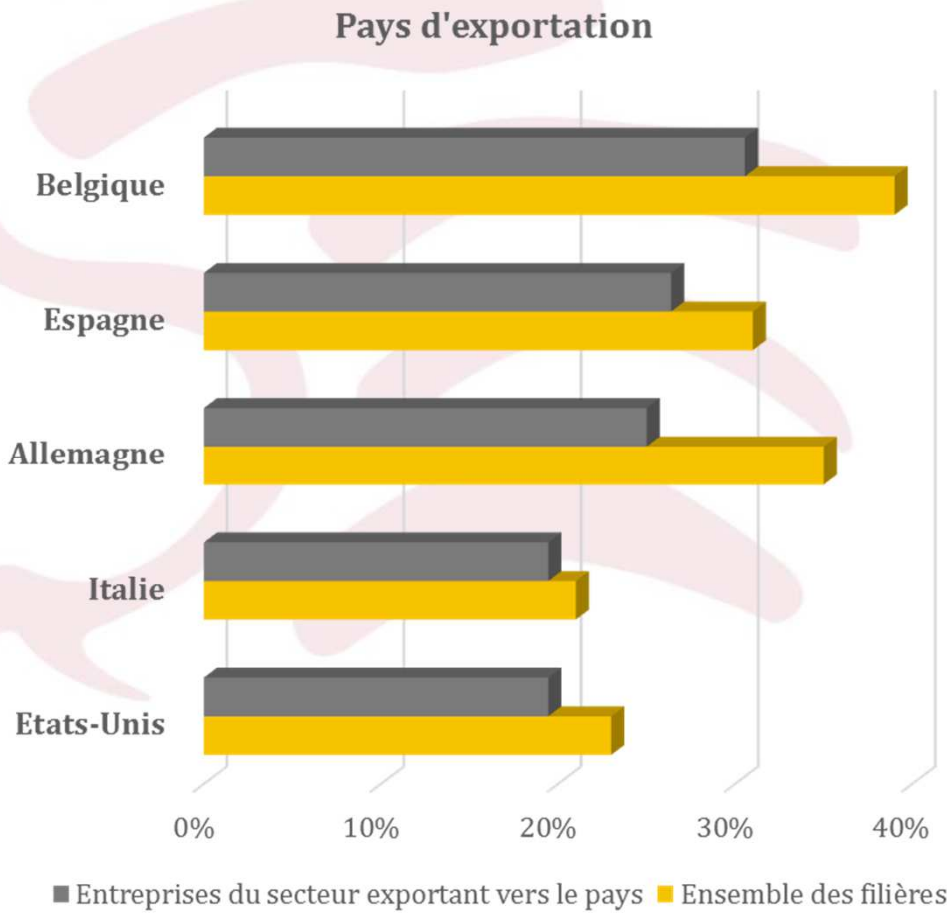
1er marché high tech mondial
Mecque de l'innovation
Capitale du capital investissement

LES MARCHES d'EXPORT

La Belgique, l'Espagne, l'Allemagne sont les 3 premiers pays d'exportation des entreprises TIC, Informatique.

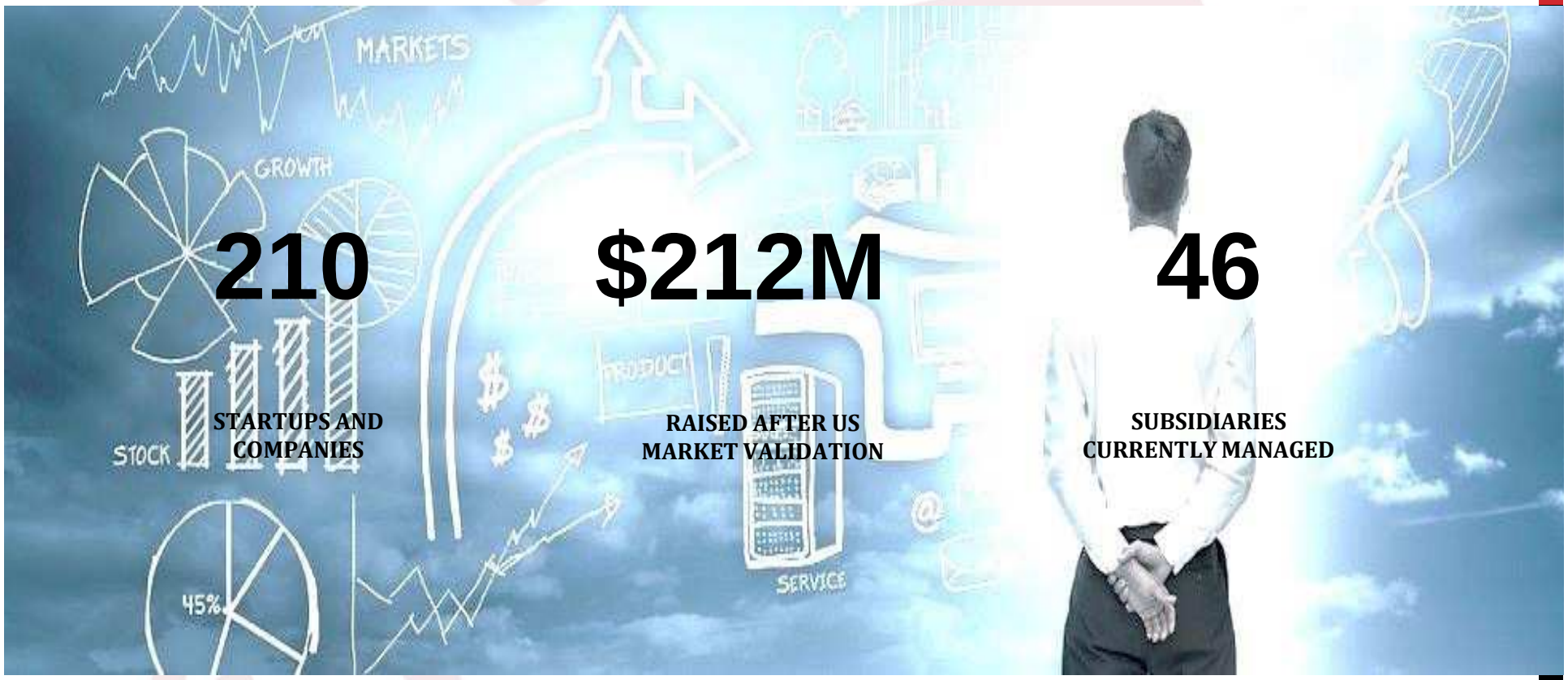
Cependant, on peut noter une moins forte concentration des exportations sur ces marchés par rapport à l'ensemble des filières.

Les 3 premiers pays de prospection des entreprises TIC, Informatique sont : Le Canada, l'Espagne et la Norvège



Source : Observatoire régional des échanges internationaux – Enquête auprès des entreprises exportatrices – juin 2016
*sur la base de 72 entreprises (TIC, Informatique)

FRENCH TECH HUB IS A GROWTH ACCELERATOR



210

STARTUPS AND COMPANIES

$212M

RAISED AFTER US MARKET VALIDATION

46

SUBSIDIARIES CURRENTLY MANAGED

Our mission is to help French IT and Health companies
successfully launch in the US and become industry leaders.

SELECTED REFERENCES IN NOUVELLE AQUITAINE

RÉGION Nouvelle-Aquitaine

IT

EasyLive

marbolic

TEHTRIS

AT INTERNET

Health

interaction healthcare

INVIVOX

Optics

Amplitude LASER

ARGOLIGHT A PRECISION COMPANY

imagine optic AXIOM OPTICS

NeTHIS

µQUANS

GREENFIELD TECHNOLOGY

EASIER ACCESS TO OUR SERVICES THANKS TO OUR PARTNERSHIP WITH NOUVELLE AQUITAINE

	Preparation	Strategy	Execution
Market Entry	Workshops in Nouvelle-Aquitaine 10 Mentored companies	Grants to finance 50 % of French Tech Hub support	
Business Operations	4-day immersion program Pitch Opportunities Access to our desk up to 4 weeks per year	Need to join "Parcours de l'Export"	
Funding			

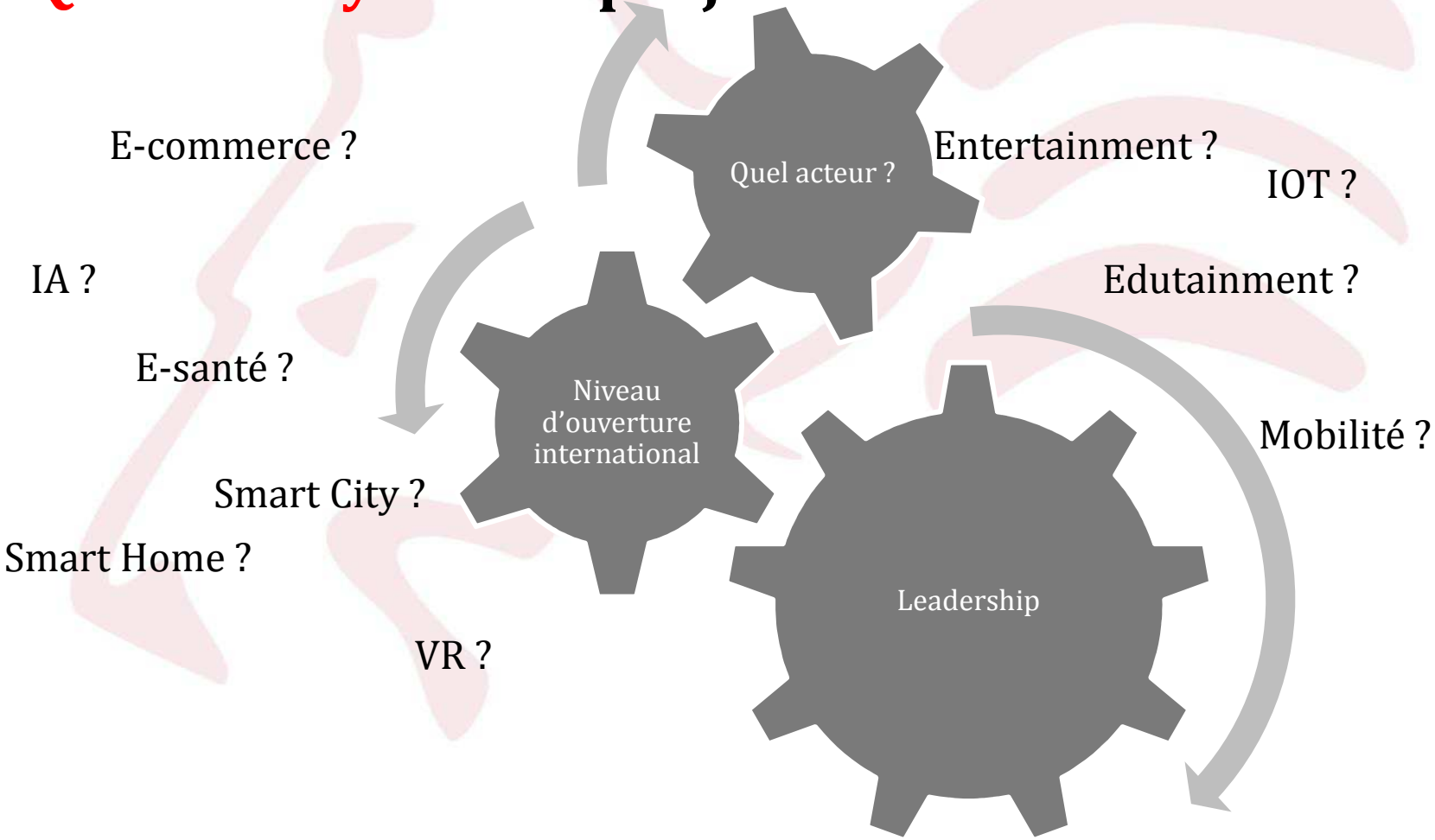
PLACE DES USA D'APRES PARTICIPANTS ATELIER

3 FACTEURS À CONSIDÉRER

1. **Dynamique de marché. Les USA sont le marché de référence.** Pour asseoir positionnement de « leader », cela passe par les USA.
2. **Ambition et crédibilité.** Les USA impliquent un très fort besoin en financement pour être crédible. Lever des fonds est indispensable mais viser plutôt fonds français et européens.
3. **Positionnement concurrentiel**. Bénéfices de l'entreprise, son produit ou son service pour les usages ET le business.
4. S'améliorer en **marketing**
5. Se faire **accompagne**r. Place du contrat primordiale.

journée de co-construction du 2 octobre
international

Quels écosystèmes projeter à l'international ?



SIRENA : INTERNATIONALISATION FILIERES ET ECOSYSTEMES

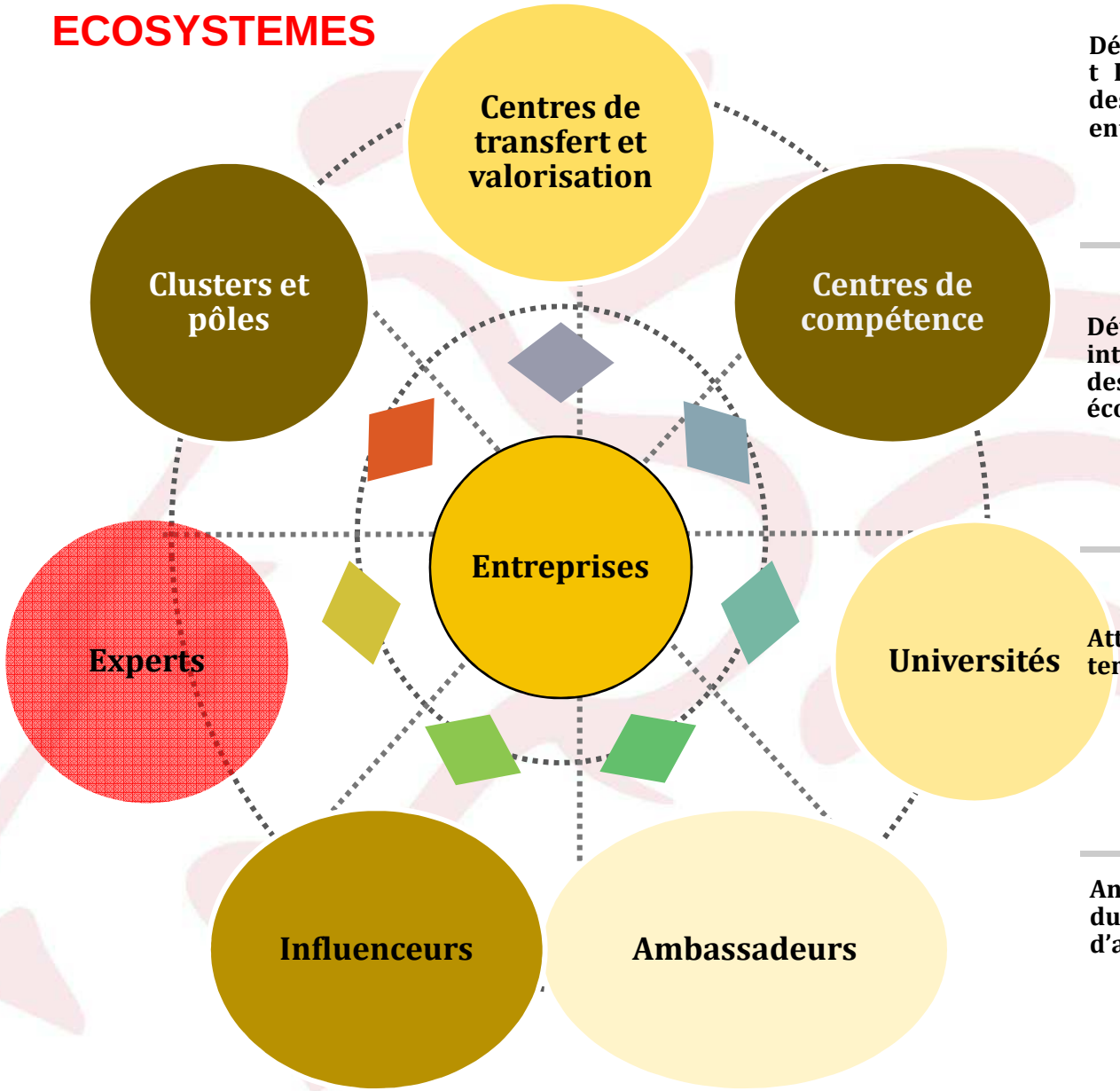
Soutenir la structuration des filières dans leur devpt international

Inscrire dans la durée les initiatives collectives

Inciter à la formalisation de stratégies

Insérer dans des réseaux d'influence mondiaux

Renforcer la visibilité de l'offre de formation et recherche



Développement International des entreprises

Développement international des écosystèmes

Attractivité du territoire

Animation du plan d'action

QUEL ROLE POUR LES CLUSTERS ?

1. Favoriser le **mentorat et le partage** des expériences et de réseaux d'affaires
2. Développer des contrats de **partenariat** avec écosystèmes étrangers pour accélérer le développement des entreprises
3. Favoriser la **transversalité** entre segments du numérique
4. Définir une **stratégie** d'internationalisation par grand segment du numérique (edtech, commerce connecté….)
5. Accompagner le **financement** en haut de bilan
6. **Décloisonner** entreprises/recherche/formation et les fédérer
7. Mieux identifier chercheurs proches des entreprises
8. Mener des **études de marchés** et diffuser les résultats
9. Faire des CHU/CT/campus des relais des innovations des entreprises / **Vitrines** de visibilité internationale

➢ ENVISAGER UN NOUVEL AAP pour inciter au décloisonnement Recherche/entreprises/formation à l'international ?