

Le French Tech Tour China a fait des heureux



Le French tech tour China organisé en octobre 2016 par Bpifrance et Business France aura permis à 11 startups français d'évaluer leurs chances de faire des affaires en Chine.

Getty Images/Sam Diephuis

Occasion d'affiner sa stratégie, de mieux comprendre le marché, de trouver des partenaires potentiels ou de renoncer... Le voyage d'exploration qu'est le French Tech Tour China a enchanté les entrepreneurs qui y ont participé. Témoignages.

Concert de louanges parmi les dirigeants de retour de Chine, que nous avons interrogé sur le French Tech Tour auquel ils ont participé. Ce voyage d'exploration de quinze jours organisé entre le 17 et le 28 octobre par [Bpifrance](#) et [Business France](#), n'était pas ouvert à qui le voulait. Une sélection drastique par un jury d'une cinquantaine d'experts a abouti à une brochette de 11 entreprises. Parmi elles, certains lauréats du programme [Huawei Digital IN-Pulse](#) *. Mais toute start-up du secteur de l'internet, des fintech, des logiciels, des télécommunications et de l'audiovisuel était invitée à postuler avant le 31 juillet 2016, sur le site de Bpifrance.

"Nous n'avions qu'à nous laisser guider"

Avant le décollage pour [Hong Kong](#), Shenzhen, Shanghai et Pékin, les entrepreneurs ont été invités à un bootcamp au hub de Bpifrance. Journée dense où ont été abordés tour à tour le visage de l'éco-système numérique en Chine, les enjeux de la propriété industrielle, les aspects culturels, les meilleures stratégies juridiques pour réussir son implantation, etc.

La préparation du parcours individuel de chaque entreprise sur place n'a pas été laissée au hasard non plus. "Business France a élaboré une large partie de notre planning sur place, raconte Axel Barbaud, dont la société BF Systemes propose [une solution qui améliore la sécurité des plongeurs](#) en évitant les accidents de décompression. Nous avons eu avec eux plusieurs sessions de travail, lors desquelles ils ont fait venir plusieurs experts de l'industrie de la mer, pour bien comprendre notre positionnement et nos besoins. Ils nous ont ensuite fait des propositions de contacts, ont organisé les rendez-vous sur place, fourni un interprète quand cela était nécessaire. Nous n'avions qu'à nous laisser guider et à nous concentrer sur le volet commercial".

LIRE AUSSI >> ["En France, on fait de bons projets, mais on ne sait pas les vendre"](#)

Le dirigeant de BF systèmes, dont la technologie s'adresse, avant même aux plongeurs de loisir, à l'industrie parapétrolière, aux tunneliers, et au secteur de la Défense, s'était, lui, déjà rendu précédemment en Chine. Il y avait signé un "Memorandum of understanding" (sorte de protocole d'entente) avec un acteur parapétrolier. Il a pu, à l'occasion de ce nouveau séjour, avancer dans cette relation, et rencontrer d'autres acteurs de premier plan. Notamment de grandes références de la médecine hyperbare pouvant devenir prescripteurs de sa solution. Deux acteurs industriels lui ont aussi réclamé des propositions commerciales. Et il a pu nouer des contacts avec des directeurs de clubs de plongée. "Nous sommes toujours dans une phase de consolidation du marché français, mais c'est sûr, la Chine, il ne faudra pas que nous passions à côté", résume le dirigeant à son retour.

"Ce voyage aura été vraiment utile"

Même constat pour Pauline Dreyer, qui mène la barque de Logipren, une start-up issue d'une unité de recherche du CHU d'Angers, qui a développé un logiciel d'aide à la prescription pour les médecins hospitaliers en néonatalogie. "Il nous faut consolider notre part de marché en France, mais aussi penser au futur", lance-t-elle. "Dans un domaine aussi spécifique que le nôtre, il était important de se rendre compte de la réalité du terrain: ce que signifie être un hôpital public ou privé là-bas, la qualité et le poids des médecins, les pratiques de soin, leur articulation avec la médecine chinoise, le prorata des prescriptions par rapport au nombre de médecins, etc. Le fait d'arriver avec l'étiquette de l'ambassade de France change tout. Il est plus facile d'avoir des rendez-vous de qualité. J'ai pu visiter des services de néonatalogie, rencontrer des infirmiers, des pharmaciens, des représentants du gouvernement hong-kongais, plusieurs intégrateurs et éditeurs de solutions médicales au fait des processus de décision..." De retour dans l'Hexagone, il ne reste plus qu'à poursuivre les relations engagées là-bas via des "calls", déjà programmées. "C'est un peu prématuré pour dire si tout cela va aboutir sur quelque chose. Mais ce voyage aura été vraiment utile."

LIRE AUSSI >> [Export, international: à quoi sert une CCI?](#)

"On va se poser, faire décanter tout cela", affirme lui aussi Christophe Gombault, à son retour de l'Empire du Milieu. A la tête de SeniorAdom, qui a développé un produit de téléassistance intelligent. "Aller là-bas nous a permis de constater que notre produit peut être vendu aux Chinois tel quel, il n'y a rien à changer. Notre but, désormais, c'est d'y être bien implanté dans trois ans. Il faut bien cela pour valider les bons partenaires, le bon mode opératoire, et lancer le marché". Pour parvenir à cet objectif, SeniorAdom pourra notamment s'appuyer sur les contacts noués avec des sociétés spécialisées dans le "home care".

"Nous revenons sur notre ambition"

Pour Hichem Talem Bendiab, de la société Twipbox, le voyage aura été fort profitable... pour changer d'orientation stratégique. "Nous sommes partis avec deux ambitions, explique le dirigeant qui propose une solution d'impression cloud pour travailleurs mobiles: trouver un partenaire financier pour soutenir notre implantation là-bas et dénicher des partenaires commerciaux. Au final, nous revenons sur notre ambition. Le marché est trop réglementé pour nous. Nous ne pourrions pas nous implanter facilement dans des aéroports, des gares. Nous

envisageons essentiellement de nous installer dans des espaces de [coworking](#) à Hong-Kong, et encore, pas immédiatement. Nous allons nous concentrer dans une première phase sur la France, avec le développement de notre solution dans des tiers-lieux, puis dans des lieux publics."

"En deux jours, l'affaire était pliée"

Stéphane Saad, patron de Pradéo, un éditeur de solution de sécurité pour applications mobiles, a, au contraire, fait avancer ses affaires à l'allure d'une fusée, à l'occasion du périple. "J'avais déjà participé au French Tech Tour de San Francisco. Ce qui m'a tué en Chine, c'est le dynamisme, la vitalité avec laquelle ils mènent les affaires. L'avant dernier jour, nous avons rencontré un partenaire potentiel qui nous avait été recommandé par Gartner (le cabinet de conseil et d'audit américain, spécialisé IT, NDLR). Il nous a demandé combien de temps on restait en Chine. On lui a dit "un jour". Le lendemain, il se disait d'accord pour intégrer notre solution. On a signé. Bref, en deux jours, l'affaire était pliée!" N'a-t-il pas eu peur que cela aille aussi vite, justement? "On a senti la discussion saine, contrairement à ce qu'on a pu vivre lors d'autres rendez-vous, où certains nous ont carrément demandé l'accès au code source. Autant livrer sa recette de cuisine!"

LIRE AUSSI >> [Huit start-up françaises à la conquête du marché américain](#)

**Ce programme a pour but d'accompagner des start-up françaises innovantes dans leur développement et leur internationalisation, et de renforcer leur coopération avec le hub d'innovation de Shenzhen.*