

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X I V ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission d'enquête sur l'exil des forces vives de France

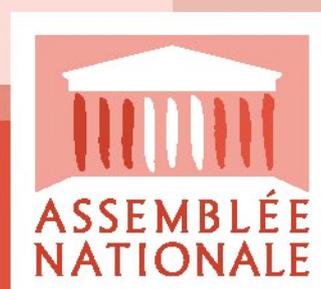
- Audition, ouverte à la presse, de M. David Monteau,
directeur de la Mission French Tech. 2
- Présences en réunion 8

Mercredi
23 juillet 2014
Séance de 18 heures 15

Compte rendu n° 31

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2013-2014

Présidence
de M. Luc Chatel,
Président



L'audition débute à dix-huit heures vingt.

M. le président Luc Chatel. Nous recevons aujourd'hui M. David Monteau, directeur de la Mission *French Tech*.

Monsieur le directeur, nous souhaiterions vous entendre sur le rôle de la Mission *French Tech* et le monde des *start-up*, ainsi que sur la capacité de notre pays à attirer les créateurs et à être un terreau favorable à l'innovation.

Conformément aux dispositions de l'article 6 de l'ordonnance du 17 novembre 1958, je vous demande de prêter le serment de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité.

(M. David Monteau prête serment.)

M. David Monteau, directeur de la Mission *French Tech*. L'initiative *French Tech*, lancée à la fin de 2013, est focalisée sur la dynamique des *start-up*. Alors que de nombreuses entreprises innovantes sont créées en France, leur capacité à devenir des *leaders* mondiaux, ou, dans une moindre mesure, à croître rapidement, demeure limitée. Partant de ce constat, la mission a pour principal objet de développer les conditions favorables à l'accélération de la croissance des *start-up*.

Selon une étude réalisée par la Banque de France en 2012, une minorité d'entreprises à très forte croissance est à l'origine de la plus grande part des créations d'emploi : 58 % des emplois créés le sont par 8 % des entreprises à la plus forte croissance. Sans négliger les entreprises traditionnelles, les politiques publiques doivent identifier les leviers de la croissance rapide de ces *start-up* et les exploiter.

D'autres études, américaines, montrent que la plupart des emplois sont créés par des entreprises ayant moins de cinq ans d'existence. Ce sont précisément celles que nous visons en cherchant à répondre à cette question : comment faire en sorte qu'un nombre plus important de *start-up* deviennent de belles petites et moyennes entreprises (PME) ou entreprises de taille intermédiaire (ETI) ?

Parmi les leviers que nous avons identifiés, figure la dynamique d'écosystème, la dynamique collective. Toutes les entreprises à croissance rapide ont en commun de bénéficier de la concentration en un même lieu de facteurs favorables à leur développement : culture entrepreneuriale, culture du *leadership*, de la croissance, de la prise de risque, concentration de talents, capital disponible, etc. Aucune aventure entrepreneuriale n'est jamais solitaire ; le succès est le résultat de l'interaction avec d'autres entreprises.

La mission s'est fixé un double objectif : en premier lieu, intensifier la dynamique collective en faveur de la croissance des *start-up*, en mobilisant les entrepreneurs qui en sont le cœur, mais aussi les acteurs contribuant au développement économique ; en second lieu, rendre plus visible et plus attractif l'écosystème des *start-up* français à l'international. La France, nous le savons, souffre d'un déficit d'attractivité, comparée à l'Angleterre ou à Berlin. Or, il est démontré que la performance d'un écosystème est directement corrélée à son attractivité ; la diversité des entrepreneurs, des talents, des investisseurs impliqués nourrit l'écosystème.

Pour atteindre ces objectifs, la mission s'appuie sur les initiatives locales qui sont nombreuses. Elle a vocation à accentuer les dynamiques existantes là où elles se trouvent et non à en inventer de nouvelles. Autre élément important, les entrepreneurs sont au cœur de la mission ; c'est à eux qu'il revient de porter la dynamique.

Nous avons commencé par créer la marque « *French Tech* ». Alors qu'elle n'existait pas il y a neuf mois, elle était citée hier dans un article du *Monde* et les entrepreneurs français la reprennent. Pour simple qu'elle soit, l'idée de cette marque a deux vertus. D'une part, *French Tech* incarne la dynamique collective française. Alors que les entrepreneurs sont assez fragmentés, elle fédère les acteurs publics et privés, les *start-up*, mais aussi les collectivités territoriales, les universités, etc. D'autre part, la marque est un gage de visibilité à l'international. Elle sera très utile dans les grands salons. Notre souhait est qu'elle devienne le symbole du dynamisme de la France dans ce domaine, à l'instar de New York qui, en quatre ou cinq ans, a réussi à associer son nom au bouillonnement grâce à un important travail de *marketing* et de communication.

La Mission *French Tech* mène des actions dans trois directions. Premièrement, elle incite au rapprochement des acteurs et à la collaboration en faveur des *start-up*. Nous travaillons à renforcer la dynamique partout où nous décelons un potentiel. Nous proposons un label « métropole *French Tech* » à tout projet collectif sur un territoire dont l'objet est de travailler sur les leviers de développement de son écosystème. Notre rôle est d'accompagner les différents acteurs, de réfléchir avec eux. Il ne s'agit pas de leur dire quoi faire, mais d'imaginer avec eux des solutions, éventuellement inspirées des bonnes pratiques que nous avons pu recenser. Une fois que nous avons répertorié les projets d'écosystème dans les territoires, notre travail consiste à les mettre en réseau afin de créer une sorte d'équipe de France qui incarne le dynamisme de la *French Tech*.

Deuxièmement, nous cherchons à faire émerger des dispositifs, qui ont fleuri aux États-Unis et en Angleterre : les accélérateurs de *start-up*. Au lieu d'être focalisés sur l'hébergement et l'aide à la création des entreprises comme les incubateurs dont ils s'inspirent, ils sont destinés à aider les *start-up* à croître plus vite. Il s'agit d'apporter aux entreprises des ressources, de l'argent, mais aussi du « mentorat » – des entrepreneurs expérimentés venant partager leur expérience. Ces accélérateurs ont vocation à être portés par des acteurs privés, car les entrepreneurs sont mieux placés pour aider au développement d'autres entreprises. Dans le cadre des programmes d'investissement d'avenir, nous sommes en train de mettre en place au sein de Bpifrance un fonds d'investissement pour cofinancer ces accélérateurs aux côtés des investisseurs privés.

Troisièmement, nous disposons d'une enveloppe financière spécifique pour renforcer l'attractivité et la visibilité des *start-up* et de l'écosystème français. Nos cibles sont, bien sûr, les entrepreneurs, mais aussi les investisseurs en capital-risque et les médias. Dans la presse économique, la France ne jouit pas toujours d'une image positive. L'une de nos priorités est de tordre le cou à un certain nombre d'idées reçues, qui sont particulièrement répandues dans le monde anglo-saxon. Il existe un très fort écart entre la perception de l'environnement pour entreprendre en France et la réalité. Depuis cinq ans, les choses ont évolué. Nous discutons avec les leaders d'opinion internationaux pour leur montrer quelles sont les réalités : la France a certes des défauts, mais elle a aussi plein d'atouts. Ces opérations destinées à améliorer l'image de la France à l'étranger s'appuient sur les entrepreneurs. Ce sont d'abord eux les porte-parole de la *French Tech*. C'est leur voix qui porte. La sphère publique a également certains messages à délivrer que les entrepreneurs doivent accompagner. Ces derniers seront associés à nos efforts en la matière et impliqués dans les opérations.

La mission, lancée par Mme Fleur Pellerin lorsqu'elle était ministre déléguée à l'économie numérique, repose sur une petite équipe au sein du ministère de l'Economie qui s'appuie sur l'ensemble des services publics contribuant au développement économique afin d'instaurer de la transversalité dans le soutien aux *start-up* ; l'initiative est portée autant par notre équipe que par Bpifrance, Ubifrance, l'Agence française pour les investissements internationaux (AFII), les différentes directions de Bercy et le ministère des Affaires étrangères. En favorisant la coordination des outils existants, la mission mise sur l'effet de levier.

M. le président Luc Chatel. À la différence des pôles de compétitivité qui sont portés par les entreprises, la Mission *French Tech* est une structure publique qui répond à une volonté d'intervention de l'État.

M. David Monteau. Le statut privé des pôles de compétitivité doit être nuancé, car ces derniers demeurent malgré tout des objets institutionnels.

M. Claude Sturni. Mais les pôles de compétitivité naissent de l'initiative privée pour être ensuite labellisés par l'État.

M. le président Luc Chatel. Les pôles de compétitivité se caractérisent par un label et un financement mixte – privé pour les deux tiers et public pour un tiers, l'État et les collectivités territoriales contribuant à parts égales. Mais la gouvernance est laissée aux entreprises, alors que celle de la Mission *French Tech* reste semble-t-il du ressort de l'État.

M. David Monteau. Dans le cas de *French Tech*, l'État joue un rôle d'impulsion et d'animation. La mission a pour objectif de fédérer les acteurs sur le territoire. Elle ne leur prescrit rien. La seule exigence posée tient au leadership entrepreneurial. L'implication des acteurs publics, des collectivités, des universités, des centres de recherche est néanmoins décisive. La Mission *French Tech* n'est pas un nouvel instrument public, elle ne dispose d'ailleurs pas d'un financement fléché.

Les parties prenantes sont libres de s'organiser comme elles l'entendent. Seuls les projets qui sont conduits par des entreprises bénéficient de l'appui de la mission. En revanche, les projets tirés par les acteurs publics ne participent pas à la dynamique *French Tech*. Le moteur est clairement entrepreneurial. Un pôle de compétitivité peut tout à fait être le support de la *French Tech* dans un territoire.

À la différence des pôles de compétitivité, la mission ne constitue pas un nouvel instrument. En outre, les pôles de compétitivité étaient historiquement dédiés à la recherche et développement (R&D) industrielle, même s'ils tendent aujourd'hui à s'en écarter. Pour la *French Tech*, la problématique est différente : la R&D n'est qu'un élément parmi d'autres pour favoriser la croissance des *start-up*. Les pôles de compétitivité sont des acteurs majeurs du développement des écosystèmes en région. Le champ d'action de la *French Tech* est à la fois plus vaste et plus restreint, puisqu'il ne concerne pas que la R&D, mais il vise uniquement les entreprises à forte croissance.

M. Claude Sturni. Pouvez-vous confirmer que *French Tech* peut couvrir d'autres secteurs que l'informatique ?

Lors de l'audition précédente, la méconnaissance par les *start-up* des dispositifs créés à leur intention a été soulignée. Il faut sans doute les informer davantage sur les mesures ou les initiatives prises par les pouvoirs publics.

French Tech est-elle susceptible de s'intéresser à une *start-up* implantée en France qui serait la filiale d'une *start-up* installée à l'étranger ?

M. David Monteau. Il ne nous appartient pas de décréter des frontières thématiques. La préoccupation première est la croissance des *start-up*. Il est vrai que le numérique forme le noyau dur de la *French Tech*, mais les technologies médicales ou les énergies vertes peuvent tout à fait y trouver leur place.

M. Claude Sturni. Il faut néanmoins un effet de masse pour crédibiliser le message sur le dynamisme et l'attractivité de la France.

M. David Monteau. Nous ne décidons pas en lieu et place des acteurs locaux.

French Tech est un concept global et englobant qui vise à susciter des dynamiques. Il ne s'agit pas d'un label répondant à un cahier des charges ou à des spécifications particulières.

La *French Tech* rassemble l'ensemble des acteurs qui contribuent au développement des *start-up* françaises ou des *start-up* créées par des Français. Il existe une *French Tech* à Shanghai, à New York et à San Francisco.

Les *start-up* implantées à l'étranger constituent un levier très puissant pour le développement de l'écosystème. Il importe d'identifier le réseau de ces entrepreneurs français partis monter des entreprises ailleurs. Ils sont un atout pour l'attractivité : en adoptant la marque *French Tech*, ils peuvent en démultiplier l'effet. Ils sont également susceptibles de contribuer à l'accélération du développement des *start-up* en partageant leurs expériences. Nous essayons de construire ce réseau – nous avons commencé à le faire dans la Silicon Valley et à New York. Pour nous, ces entreprises font évidemment partie de la *French Tech*.

M. le président Luc Chatel. Quelle est la valeur ajoutée de *French Tech* pour les *start-up* françaises de la Silicon Valley ? Que leur apportez-vous qu'elles n'aient déjà ?

M. David Monteau. Nous pouvons faire en sorte que la *start-up* – qui ne peut bénéficier d'aides publiques directes – soit prise dans une dynamique collective pour se développer à l'international. Aux États-Unis, les entrepreneurs de la Silicon Valley avec lesquels nous avons déjà amorcé la création d'un réseau peuvent se mobiliser pour aider une *start-up* qui débarque à San Francisco et qui a envie de s'y développer. En France, nous avons sensibilisé Ubifrance au développement international des *start-up*. Nous créons ainsi les conditions d'un développement plus rapide. Il ne s'agit pas de trouver une aide pour l'entreprise, mais de l'intégrer dans une dynamique collective qui va jouer comme un accélérateur.

M. Claude Sturni. Pour prouver que les Français peuvent réussir dans la Silicon Valley, *French Tech* ne risque-t-elle pas de renforcer l'attractivité de la Californie et de pousser encore plus de gens au départ ? Elle s'est fixée pour objectif de démontrer qu'il est possible de développer des *start-up* en France. Les Californiens, eux, n'ont plus besoin de vanter les mérites de leur région.

Permettez-moi de préciser la question que je vous ai posée à propos des besoins d'information des *start-up*. La prise de risque est inhérente à leur réussite : or, dans certaines circonstances, elles peuvent avoir besoin, pour ne pas mourir, de se séparer de 30 ou 40 % de leurs effectifs. M. Jérôme Lecat, président-directeur général de Scalify, que nous avons auditionné précédemment, nous expliquait qu'il avait découvert un dispositif – dont il ignorait l'existence – qui permet de faire un plan social en trois mois au maximum. Les pouvoirs publics ne devraient-ils pas apporter aux chefs d'entreprise – qui, pris dans le feu d'action, ont peut-être une mauvaise image de l'environnement administratif français traditionnel – des informations sur les dispositifs existants, tout en restant à l'écoute de leurs besoins ?

M. David Monteau. C'est l'un des enjeux auxquels nous devons répondre. Nous voulons, sinon susciter une prise de conscience, au moins mettre en lumière ces *start-up* et ces entreprises de croissance dont la dynamique bien particulière doit être prise en compte dans les politiques publiques. Les outils publics ne sont pas forcément bien adaptés à ces entreprises qui, en effet, peuvent avoir besoin de recruter 40 personnes en six mois, puis d'en licencier 30, six mois plus tard. Il faut en prendre acte et faire évoluer nos dispositifs en conséquence tout en améliorant leur lisibilité. C'est ce que nous voulons faire au niveau national, mais surtout au niveau territorial, car la *start-up* doit trouver l'information dans son environnement proche. Cela peut prendre la forme d'un site *web* : l'important est que les acteurs publics coordonnent leurs efforts pour atteindre cet objectif.

Mme Claudine Schmid, présidente. Comment vous positionnez-vous par rapport à Ubifrance, à l'AFII, aux missions économiques, notamment celles des régions, puisque tous ces acteurs institutionnels font ou devraient faire une partie de ce travail à l'étranger ? *French Tech* vend la France, ce qui est très bien, mais notre commission d'enquête se préoccupe de l'« *exil des forces vives* ». Puisque vous travaillez sur le développement de nos *start-up* à l'étranger, avez-vous remarqué que des entreprises quittent la France. Puisque vous cherchez aussi à identifier le réseau d'entrepreneurs français à l'étranger, savez-vous ce qui les incite à partir ?

M. David Monteau. La petite équipe de *French Tech* ne rivalise pas avec ces différents outils publics, mais elle veut susciter leur intérêt pour les *start-up*. L'AFII, qui fait très bien son travail, n'a pas identifié les investisseurs en capital-risque comme une cible particulière et n'a pas d'offre ou d'outils qui leur soient spécifiquement adaptés. Même chose pour Ubifrance, dont le métier traditionnel est d'aider les PME à exporter. Une *start-up*, c'est autre chose : elle n'a pas forcément un chiffre d'affaires important ; elle a besoin de clients, mais aussi de lever des fonds. Nous travaillons toutes les semaines avec Ubifrance, l'AFII et la BPI pour faire évoluer leur système vers plus de transversalité, mais nous n'avons pas les capacités d'agir à leur place, et je ne veux surtout pas que nous les ayons.

Je ne dispose pas de statistiques pour répondre à vos questions sur le nombre d'entreprises qui quittent la France et sur les raisons de leur départ. Si une *start-up* s'en va, c'est d'abord parce que son marché est ailleurs. M. Jérôme Lecat a dû vous expliquer que, 60 % de son marché étant aux États-Unis, il est allé le chercher dans la Silicon Valley. Le monde s'est internationalisé, les marchés se situent plutôt en Asie. La question est de savoir comment la France peut capter une partie de cette valeur et fixer des emplois sur son territoire. Qu'une entreprise se développe aux États-Unis ou en Chine, là où se trouvent ses clients, n'est pas un problème si elle garde ses fonctions de décision et ses activités de R&D en France. Une partie de la valeur captée à l'étranger bénéficie à nos territoires et à nos concitoyens, et il ne faut pas empêcher les gens de partir.

D'autres motivations existent. Certains sont allés dans la Silicon Valley attirés par l'intensité de l'écosystème, les conditions qui y sont faites aux entreprises. La situation évolue, la compétition est rude et le succès n'est pas garanti. Quoiqu'il en soit, pour capter une partie de cette valeur, il faut maintenir le lien avec les entrepreneurs qui partent. Conscients de l'expertise des ingénieurs français, ils peuvent souhaiter conserver certaines fonctions techniques en France. Nous prenons acte de la globalisation et cherchons à renforcer le réseau capable d'aider au développement de nos entreprises.

Mme Claudine Schmid, présidente. Pourriez-vous nous préciser ce qu'est le *French Tech Hub* de San Francisco et nous dire ce que vous en attendez ?

M. David Monteau. Le *French Tech Hub* de San Francisco est le successeur d'un dispositif créé conjointement par une entreprise et les services de développement économique d'Île-de-France. Nous réfléchissons à la possibilité de le dupliquer dans d'autres marchés importants. L'idée est d'en faire un accélérateur de développement pour les entreprises de croissance. Au *French Tech Hub* de San Francisco, par exemple, une entreprise va trouver des services qui vont lui permettre d'entrer plus vite dans l'écosystème : rencontrer des clients ou des investisseurs, trouver des locaux, s'informer sur l'environnement juridique, etc. À la différence des dispositifs habituels, tels ceux d'Ubifrance, la structure concentre ses efforts sur cette population particulière que sont les entreprises à forte croissance.

Ces *French Tech Hubs* veulent aussi favoriser une approche coordonnée de l'ensemble des acteurs français, au moins publics, sur un territoire donné. Dans la Silicon Valley en particulier, diverses régions sont représentées – Rhône-Alpes, Île-de-France, Nord-Pas-de-Calais – ainsi qu'Ubifrance, ce qui est dommageable et illisible. Ce dispositif, dont le contenu opérationnel n'est pas figé, permet d'avoir une approche coordonnée qui profitera aux régions.

Mme Claudine Schmid, présidente. Ce *French Tech Hub* aide les entreprises à se développer hors de nos frontières. Que leur est-il demandé en contrepartie ?

M. David Monteau. Pour l'instant, il n'existe qu'un *French Tech Hub*, qui est un modèle très particulier. Il peut y avoir des dispositifs privés : Ubifrance fait payer les entreprises. Si l'État aide les entreprises à l'exportation, c'est pour qu'elles croissent, deviennent plus fortes, embauchent et contribuent au développement économique français. C'est un pari sur ces entreprises, mais il ne leur est pas demandé de contrepartie formelle.

Mme Claudine Schmid, présidente. Ce sont des entreprises françaises qui se développent à l'étranger ou des *start-up* qui sont à l'étranger ?

M. David Monteau. Ce sont des entreprises françaises qui veulent se développer à l'étranger. Nous allons par exemple aider un créateur de *start-up* de Franche-Comté à s'insérer à Shanghai où il a identifié son marché.

Mme Claudine Schmid, présidente. Je vous remercie de votre contribution à nos travaux.

L'audition se termine à dix-neuf heures dix.

Membres présents ou excusés

Commission d'enquête sur l'exil des forces vives de France

Réunion du mercredi 23 juillet 2014 à 18 h 15

Présents. - M. Luc Chatel, Mme Monique Rabin, Mme Claudine Schmid, M. Claude Sturni, M. Jean-Marie Tetart

Excusés. - M. Étienne Blanc, M. Marc Goua

