

SAINT-CYR ALUMNI

LA FRENCH TECH : QUELLES PERSPECTIVES POUR UN SECTEUR EN PLEINE MUTATION ?

PAR JEAN-BAPTISTE GARDES - PROMOTION « GÉNÉRAL VANBREMEERSCH » (2001-04)



Au premier semestre 2024, les startups françaises ont levé 4,26 milliards d'euros. Le dynamisme du secteur technologique français, la French Tech, peut s'appuyer sur ses 30 licornes, ces startups valorisées à plus d'un milliard de dollars, comme Mirakl, spécialisée dans les logiciels de vente en ligne. Ce dossier met en avant quelques caractéristiques du secteur : ses promesses, ses défis et son impact sur les modèles économiques à l'heure où l'IA s'impose comme une révolution inévitable.



Start-ups technologiques en France : entre rêves, ambitions et réalités

PAR CHRISTEL TORIELLO - VICE-PRÉSIDENTE DE MIRAKL



« Start-ups », « scale-ups », licornes : ces sociétés que l'on peut qualifier d'innovantes et en croissance doivent aujourd'hui s'adapter à un environnement en pleine transformation. Après une année record en 2021, les levées de fonds, principale source de financement de ces structures, ont ralenti ces dernières années, en raison de la hausse des taux d'intérêt et des incertitudes économiques globales qui ont rendu les investisseurs plus sélectifs. Cependant, l'essor de l'intelligence artificielle crée de nouvelles opportunités, et des secteurs comme les « deeptech », les « fintechs » ou les « greentechs » continuent d'attirer capitaux et talents. Ainsi, aujourd'hui, quelles sont les perspectives d'une carrière dans cet « écosystème » ?

Tout d'abord, les entreprises de la « tech », qu'elles soient françaises ou basées en France, continuent de créer des emplois (+1,3 million d'emplois directs et indirects prévus en 2024, selon l'association professionnelle France Digitale*), dans les secteurs mentionnés plus haut, mais aussi dans des domaines moins visibles mais plus concrets, comme celui des logiciels de gestion (comptabilité, marketing, logistique, ventes) à destination des entreprises (ou « B2B »). On est ici loin du « gadget », mais plutôt dans la création, la production, la vente et la maintenance d'outils technologiques, digitaux.

Les métiers associés sont divers et relativement nouveaux : métiers techniques (« solution architects », développeurs, chefs de produits), métiers des ventes (« business developer », « sales engineer », spécialistes

produit), métiers des opérations (gestionnaire de CRM, « system analyst »). Parce qu'ils impliquent une forte dimension d'expertise, ces métiers sont accessibles à tous types de profils via des formations généralistes ou spécialisées, contrastant parfois avec le parcours des « fondateurs » de ces entreprises.

Environnement lié à l'innovation, perspectives de carrière, outils de travail modernes favorisant l'efficacité au quotidien et, surtout, cadre de travail attractif (bureaux situés en centre-ville, grands « open spaces » lumineux, viennoiseries offertes le matin, etc.) : les conditions de travail dans cet « écosystème » restent stimulantes. Le corollaire est une faible implantation en dehors des grandes villes et parfois une déconnexion avec « le monde réel ».

Cela dit, encore trop peu de ces sociétés parviennent à « l'âge adulte », à industrialiser leurs ventes et à atteindre une rentabilité solide. On touche ici à une limite du modèle, liée à son mode de financement très particulier : celui-ci repose largement sur des fonds privés (fonds d'investissement, de différents types selon les phases) et sur le soutien public. La France a multiplié les initiatives pour soutenir son écosystème : French Tech 2030, divers dispositifs régionaux, soutien de la BPI, crédits d'impôt pour l'innovation. Ces dispositifs, très efficaces en phase d'amorçage et de lancement (car moins contraignants à court terme que la dette bancaire, classiquement utilisée dans le reste de l'économie), ne peuvent être pérennes. L'entreprise doit, à un moment donné, accélérer son développement et générer des bénéficiaires.

Ainsi, le principal défi pour les start-ups françaises réside dans l'existence et la taille d'un marché. Cela dépend bien sûr de la pertinence et de la qualité de l'offre (il doit exister une demande réelle pour l'offre proposée), mais aussi du périmètre géographique et

donc des possibilités d'internationalisation. On parle beaucoup d'Europe : dans le secteur de la « tech », l'enjeu est de permettre l'émergence d'un véritable marché européen, ce qui passe par l'élimination de barrières administratives (réglementations en tous genres), une approche exigeante et peu explorée jusqu'ici, au profit d'une logique de subventionnement. C'est d'autant plus crucial face aux méthodes très agressives de nos concurrents chinois ou américains.

Les « start-ups » technologiques continuent de représenter des opportunités extrêmement attractives et restent des acteurs majeurs du dynamisme économique français. « Start-up » ne doit pas être synonyme de gadget ou de « nice-to-have » dépendant des aléas de modes de consommation ou de comportements, mais de technologie et d'expertise, avec un potentiel de croissance et de rentabilité propre. Ce sont celles-ci qu'il faut encourager, promouvoir et rejoindre.



Entretien avec Thomas Maudet, Chief Executive Officer (CEO) de Masteos

PROMOTION « CHEF D'ESCADRONS RAFFALLI » (1998-01)

Comment est né et s'est développé Masteos ?



Fondée en 2019, Masteos est née d'une ambition simple : démocratiser l'investissement locatif en le rendant accessible et clé en main. L'idée prend racine dans un constat : beaucoup de particuliers souhaitent investir dans l'immobilier mais sont freinés par la complexité des démarches, de la recherche de biens à gestion

locative. En quelques années, Masteos est passée d'une petite équipe de passionnés à une start-up européenne en forte croissance (400 collaborateurs - 200 ventes d'appartements/mois) opérant dans trois pays. Cette expansion rapide s'est accompagnée de nombreux défis, qu'il s'agisse de structurer nos équipes, de digitaliser nos services ou de répondre aux attentes d'investisseurs de plus en plus exigeants.

Dans quel contexte avez-vous rejoint les équipes de Masteos ?

Mon arrivée chez Masteos ne doit rien au hasard : j'ai été « chassé » en 2022, après avoir accumulé plusieurs expériences marquantes en hyper-croissance. En France, chez Amazon, j'ai appris à structurer et optimiser les processus avec une rigueur quasi-scientifique, une compétence essentielle pour

accompagner une start-up en pleine expansion. Par la suite, mon rôle de directeur pays chez Jumia en Égypte, dans un contexte international, m'a permis de gérer des croissances rapides et d'ouvrir de nouveaux marchés. Ces expertises – gestion de la forte croissance et ouverture de pays – étaient précisément ce que Masteos recherchait pour consolider sa position en France, tout en poursuivant son expansion à l'international, dans un secteur immobilier en pleine mutation.

Mais le marché de l'immobilier a bousculé les événements, que s'est-il passé à votre arrivée ?

Quatre mois après mon arrivée en août 2022, la donne a malheureusement brutalement changé avec le quadruplement des taux d'intérêts immobiliers. Ce choc, le plus violent depuis près de 70 ans, a bouleversé le marché et, par ricochet, le modèle de Masteos. Alors que j'avais été recruté pour accompagner une forte croissance et structurer l'expansion, j'ai dû faire exactement l'inverse : réinventer l'entreprise face à une réalité économique inédite. Dans cet environnement incertain, typique des start-ups, j'ai appris à naviguer dans l'urgence et à prendre des décisions rapides pour redresser l'entreprise. Cela a impliqué une restructuration totale, menée avec un objectif clair : amener Masteos à la rentabilité à marche forcée. Mon expérience dans l'armée m'a été précieuse : elle m'avait appris la résilience, une communication franche et transparente, le sens de l'intérêt collectif, et une agilité indispensable pour