

La French Tech à la conquête de Las Vegas

L'OBS

Publié le [29-12-2014](#) à 14h35

Ça aurait pu être un gadget, ou une de ces nombreuses opérations de communication lancées par l'Etat qui échouent. Mais non, toute une génération s'est reconnue dans ce coq rouge.



Le logo de la French Tech

réalisé à l'occasion du CES (Consumer Electronic Show), qui se déroulera à Las Vegas en janvier (Capture d'écran)

C'est l'histoire d'un succès qui prend à rebrousse-poil tous les clichés économiques des cinq dernières années. Non, les jeunes Français n'ont pas honte d'être Français et ne cultivent pas le *French bashing*. Non, les créateurs de start-up n'ont pas perdu la foi. Et non, la technologie n'est pas condamnée à pousser seulement dans la Silicon Valley.

La French Tech le prouve. Que se cache-t-il derrière ce nom et son logo improbable, un coq rouge en origami ? Une génération d'entrepreneurs qui se réclame d'un label créé par l'Etat ! Le coq est affiché dans les écoles qui forment les ingénieurs et développeurs informatiques, comme 42 ou Epitech. Il parade sur la poitrine de tous les jeunes start-uppers, telle une Légion d'honneur. Il égaie les coques de téléphones portables. Ceux qui l'affichent forment un club volontaire, et ça leur plaît : « *On s'entraide, on se serre les coudes, on se donne des conseils les uns aux autres* », dit Severin Marcombes, fondateur de la start-up Lima.

En janvier, ce label sera brandi bien haut lors du Salon mondial des hautes technologies grand public, le Consumer Electronics Show (CES). Pas moins de 66 start-up de la French Tech feront le déplacement à [Las Vegas](#). Un record !

"Tech de France" ou "Château La Tech" ?



Pourtant, la création de ce mouvement n'a pas été de tout repos. L'idée remonte à la campagne présidentielle. Dans l'équipe de François [Hollande](#), Fleur Pellerin, qui deviendra en mai 2012 ministre déléguée aux PME et à l'Economie numérique avant d'atterrir à la Culture en août 2014, multiplie les rencontres avec les entrepreneurs et investisseurs. Au gouvernement, elle plaide pour donner de la visibilité aux start-up, aussi bien dans l'Hexagone qu'à l'étranger.

« Les pôles de compétitivité n'avaient pas réussi à mettre en avant les écosystèmes », raconte Aymeril Hoang, ancien conseiller de la ministre pour l'Innovation et l'Attractivité, aujourd'hui à la Société Générale. « Nous avons d'abord tenté de mettre Paris en avant comme 'capitale du numérique'. Ça a été un échec. »

La mairie et la région n'adhèrent pas, le reste de la France ne s'y intéresse pas. Au début 2013, le gouvernement revoit sa copie et évoque la création de "quartiers numériques", soit des lieux-vitrines pour les start-ups dans quinze agglomérations. Un rapport est confié à la Caisse des dépôts, tandis que Fleur Pellerin se lance dans une tournée des élus, qui trouvent le "quartier" trop réducteur.

La notion d'une marque nationale fait son chemin. Une agence de communication propose "Blue Zone", sans faire l'unanimité. Le cabinet de Pellerin réunit des entrepreneurs et des investisseurs pour un brainstorming sur post-it. Trois noms ressortent : "French Tech", "Tech de France" et l'humoristique "Château La Tech". Des start-uppeurs votent alors pour le premier.

Le logo se voit confié à des graphistes indépendants : "Là, les gens étaient plus partagés", dit Aymeril Hoang. "Les patrons d'entreprises internationales jugeaient le coq cliché et voulaient un losange." Finalement, Fleur Pellerin tranche pour le gallinacé rouge.

"Créer un réseau national de métropoles"



En janvier 2014, la "mission French Tech" est lancée. Le gouvernement débloque 15 millions d'euros pour promouvoir la marque à l'international et 200 millions d'euros pour financer des accélérateurs qui accompagnent des start-ups afin d'en faire des champions mondiaux.

François Hollande se mobilise en inaugurant un premier "French Tech Hub", soit un accélérateur installé à San Francisco. La nouvelle secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, lance le "Jeudigital", pour que de jeunes entreprises se présentent devant des acteurs publics dans des ministères.

Dix villes reçoivent le label French Tech avec pour mission « d'impulser un mouvement local » et de fédérer les écosystèmes des start-ups.

« Il s'agit de créer un réseau national de métropoles, explique Nicolas Le Roux, le Monsieur start-up du cabinet d'Axelle Lemaire, comme ça dès qu'un investisseur important vient voir une start-up, il est invité à faire le tour de l'écosystème local. »

Une volonté qui s'illustre déjà : la start-up MEG et la société de conseil en développement international ToWebOrNotToWeb se sont rapprochées pour relayer auprès des acteurs européens de la distribution tout un panel d'objets connectés issus de la French Tech, en vue d'une commercialisation. « Être ensemble donne plus de force à notre action commerciale et permet de diminuer les frais », explique Raphaëlle Seyfried de MEG.

La France, un centre pour l'innovation



Au gouvernement, tout le monde "se félicite" du succès de la marque French Tech. "C'est un succès parce que les entrepreneurs s'en sont emparés, et que ce n'est pas seulement resté un truc institutionnel", estime Nicolas Le Roux.

Mais la mission French Tech est encore loin d'être terminée. Outre de nouvelles labellisations de métropoles, le cabinet d'Axelle Lemaire envisage d'exporter son Jeudigital dans d'autres villes, voire à l'étranger.

Le gouvernement s'apprête aussi à désigner un directeur de projet French Tech dans chaque métropole. Tous les noms ne sont pas arrêtés, mais on glisse déjà Raouti Chehik à Lille, Adrien Poggetti à Nantes, Jean-Pierre Verjus à Grenoble. Et toujours David Monteau comme directeur de "la mission French Tech" à [Paris](#).

Si le coq se promène dans l'Hexagone, le label n'est pas (encore) connu des étrangers.

« *Les Américains ne connaissent pas l'initiative* », estime Stéphane Alisse, responsable du bureau d'Ubifrance, l'agence pour le développement international des entreprises, basé à San Francisco. « *Sur le long terme, ça délivre le message positif que la [France](#) est un centre majeur pour l'innovation. Et, ici, ça permet de fédérer une entraide chez les Français.* »

Boris Manenti et Claude Soula

Le CES servira ainsi de tremplin aux hérauts de la French Tech.

Revue de détail à découvrir dans "l'Obs",
en kiosque à partir du 24 décembre :

Devialet, le luxe du son sans fil

Lima, l'après-ordinateur

Green creative, la poubelle autonome

3DRudder, ou de l'art de naviguer avec ses pieds

Citizens Sciences, le tee-shirt intelligent,

MEG, le pot de fleur ultra-connecté

Kolibree, le "GPS buccal"