

La recette de la parfaite LICORNE FRANÇAISE

Le décryptage de Denis Jacquet



Les Frenchies réussissent plus souvent à l'étranger qu'en France. Bon nombre de nos compatriotes voguent vers l'eldorado des licornes : les États-Unis. (Photo by Emeritt thomas - Unsplash)

Le savoir-faire français est-il davantage reconnu hors frontières ? Si oui, il est grand temps de bouger les lignes. Comment ?

Les Français savent réussir. Souvent en dehors de chez eux. Étrange ? Non, il y a de nombreuses raisons à cela. Souvent ils ont conçu la base de leur succès dans nos régions, nos villes, nos territoires, y compris à Nice. Trois petits tours et puis s'en vont à l'étranger pour grandir de façon exponentielle. Je vous propose une masterclass de la réussite sous forme de création de licorne à vitesse accélérée et un petit bréviaire des raisons pour lesquelles tout cela pourrait se passer chez nous plutôt qu'aux États-Unis comme c'est le cas actuellement. Voici les cinq raisons pour lesquelles nos licornes tricolores – entreprises valorisées à 1 Md€ – filent toutes outre-Atlantique.

Licornes expatriées

Taille du marché, cohérence de la langue et de la culture, valorisation, disponibilité du capital et ambition. À l'exception de la Chine beaucoup plus difficile d'accès pour un « étranger », rien ne se compare aux États-Unis. On y rêve en grand, on investit massivement, on accepte d'énormes valorisations, on prend des risques et contrairement à l'Europe, chaque État n'est pas une conquête sans cesse remise sur l'établi. Des différences oui, mais pas d'antagonismes ou de particularismes qui font le « charme empoisonné » des pays européens qui n'offrent en rien un marché unique. À part les normes et la technocratie, rien n'est harmonisé tandis qu'au pays de Joe Biden, c'est une autre histoire. Alors, chers Marmitons, retenons rapidement les ingrédients nécessaires pour préparer une licorne de Noël.

1- L'équipe avant l'idée. Il faut l'idée de génie, me direz-vous ? Non. Il faut une

idée parfaitement exécutée. On a vu plus de projets basés sur des idées simples, exécutés à la perfection, réussir, que d'autres de génie ruinées par une exécution catastrophique. La licorne qui n'a pas le créateur capable d'assembler les talents, de partager le capital avec ceux qui lui sont complémentaires et sauront exécuter à la perfection, ne deviendra JAMAIS une licorne, même avec une idée brillante.

2- Les levées de fonds à la hauteur de l'ambition. Partager son capital, et donc perdre le contrôle de sa boîte fait partie du « deal ». Si vous levez petit, pour garder le contrôle, vous resterez le n°1 d'un petit gâteau, jamais la licorne n°1 qui changera votre vie et celle de votre secteur d'activité. Le seul exemple que je connais en France d'un entrepreneur qui avait une licorne française, bien connue, en ayant conservé 90 % de son capital, a fini par exploser en vol, victime d'une croissance non financée, délaissée par un monde de l'investissement qui avait renoncé à lui accorder sa confiance (à tort souvent).

3- L'international en tête dès le départ. De ce point de vue, la réussite d'Israël est symptomatique. Pas de marché national, trop petit. Forts de cette contrainte, les entrepreneurs sont obsédés par une réussite internationale. Ils sont les meilleurs au monde grâce à cela. De WhatsApp, Waze ou E-Toro, suivez le guide et les tables de sa Loi des Licornes ! La véritable Startup Nation, c'est Israël.

«Pour changer tout cela, il faudrait un président entrepreneur.»

4- Une agilité sans pareille. L'agilité est la clé. Votre entreprise, devenue licorne, a du cash, vous embauchez, vous vous alourdissez, et pouvez frôler trop vite l'obésité. Cela fera de vous un mammoth, un mort-vivant, parfait pour le musée de l'Homme... moins pour l'avenir et la conquête. C'est un des exercices les plus complexes. Garder la souplesse avec le poids, la créativité avec la normalisation et les process.

5- Comprendre ses marchés clés. C'est la raison pour laquelle nombre de dirigeants partent outre-Atlantique. Les USA et l'Europe sont quasi radicalement opposés en termes de culture et de fonctionnement. Opérer une licorne depuis l'Europe quand 60 % de ses revenus sont américains est une condamnation prononcée d'avance. Criteo – publicité en ligne – l'avait aussi compris en envoyant ses fondateurs sur place. C'est ce que fait également Jonathan Cherki, Marseillais, qui a levé récemment 500 millions pour sa société Content Square – amélioration de l'expérience client sur Internet – et qui tente de devenir le leader mondial du sujet, avec notamment Softbank comme investisseur.

En appliquant ces principes de base, vos chances sont tout de suite meilleures. Alors que conclure ? Que nos Français sont bons, très bons même. Ils savent et veulent faire. Mais il leur manque le carburant pour alimenter leurs rêves. Le plan Macron à 30 Mds€ sur cinq ans reste une illusion pour se mettre au niveau de leur rêve et de l'ambition qu'ils ont pour eux et pour la France. Alors nous allons malheureusement devoir les laisser traverser l'Atlantique. Pour changer tout cela, il faudrait un président entrepreneur. À bon entendre...

À propos

Écrivain, investisseur, fondateur de l'association Parrainer la croissance et du Day One Movement, Denis Jacquet a aussi créé et dirigé plusieurs entreprises. Se définissant lui-même comme un entrepreneur engagé, il œuvre en faveur de l'Homme et du collectif.

Son objectif est d'inciter les patrons à s'investir pour aboutir à une société plus cohérente par l'inclusion de tous via l'entreprise. Il intervient régulièrement dans nos pages pour nous faire partager son expertise.



(D.R.)

Exemples

En novembre à Miami, j'ai reçu en tant que membre du jury de la FACC (French American Chamber of Commerce) la visite des Niçois des Agences de Papa. Ils venaient renifler le marché américain. En trente minutes, ils ont compris que leur modèle économique – des frais fixes d'agence d'un montant de 2 000 € – qui pourtant cartonne en France ne rencontrerait pas le même succès outre-Atlantique. Voire se révéler contre-productif. Intéressant, non ? Dès lors, pour pénétrer ce marché, ils vont devoir adapter leur offre. Se pose alors la question de faire vivre dans une même entreprise plusieurs modèles économiques différents.

Autre exemple, celui de REEF qui transforme les parkings en dark kitchens. Créée à Miami il y a sept ans, REEF emploie 18 000 personnes, est valorisée à 3,5Mds\$ et vient de signer un contrat de 1,5 Md\$ avec Wendy's, la troisième chaîne de restauration rapide au monde. Ils ont démarré avec des dark kitchens, ces cuisines « délocalisées, externalisées » que leur confient les grandes enseignes de la vente à emporter. Une idée simple, issue de la demande du marché, une équipe remarquable et une exécution parfaite, et voilà le Français Ari Ojalvo-Oner, l'un des cofondateurs de REEF, devenu licorne, bénéficiaire à l'international. Le tout effectué, au départ, dans des... parkings ! Les parkings rentabilisent ainsi un espace pas toujours bien rempli, nos amis de REEF y installent des containers-cuisines et opèrent depuis ce qui servait à garer votre voiture, pour désormais caler votre estomac.

Au Brésil, les idées sont simples, elles consistent à mettre le digital au service de besoins du quotidien, mal ou peu servis. Rien de révolutionnaire, mais de la simplicité bien exécutée. Résultat, c'est l'un des pays qui compte le plus de licornes, des vraies, des musclées, avec une croissance démesurée. Là encore des Français sont bien placés, notamment Abakashi (ananas) une sorte (décidément très fruité tout cela) de Leetchi, telle que vous le connaissez en France.