

# Quand le potentiel explose

Les «Bistrots du Jeudi» se penchent sur le devenir des «jeunes pousses»

Pour les PME innovantes, franchir le pas vers les marchés internationaux est souvent indispensable, mais toujours délicat.

«Il ne faut pas que toutes ces entreprises que nous assistons s'imaginent qu'on leur donne des aides pour rester dans leur coin, en PME sans histoires.»

La boutade, qui en est à peine une, est de Philippe Suinen, administrateur général de l'Agence wallonne à l'exportation (AWEX). Elle illustre le destin de beaucoup de start-up: une fois arrivées à maturité, elles ont un intérêt vital à franchir les frontières pour trouver leurs marchés.

Transformer l'essai de l'internationalisation, c'est le thème du Bistrot du Jeudi qui a pour cadre Luxexpo ce jeudi 13 juin, à l'occasion des Greater Region Business Days.

Laurent Probst, qui dirige entre autres l'«accélérateur» de PwC à Luxembourg, identifie trois conditions essentielles à l'internationalisation: le talent, les finances, et un marché.

Le «talent» signifie en quelque sorte la capacité des équipes de l'entreprise à faire face à sa nouvelle dimension. Entre donner l'impulsion à une activité potentiellement commerciale et vendre un produit ou un savoir-faire par-delà les frontières, il y a un fossé que certains créateurs d'entreprise hésitent à franchir... Hésitation qui peut d'ailleurs être fatale dans certains cas. Ce qui est sûr, c'est qu'on ne franchit pas les frontières sans de sérieuses connaissances sur la culture du marché visé, sur le marketing qu'il faut pratiquer, sur les normes juridiques en vigueur... S'internationaliser, cela veut dire voyager, et cela coûte cher. C'est même parfois ouvrir des bureaux dans les pays ciblés, ce qui ajoute aux contraintes... notamment financières.

L'argent est évidemment le nerf de la bataille vers l'international, et, Laurent Probst l'admet, «les banques limitent de plus en plus leur financement, et le capital à risque est faible en Europe, pour des raisons culturelles et structurelles... renforcées par la crise». Pierre angulaire de l'ouverture vers le monde, ce financement est souvent un casse-tête, surtout si l'entreprise est dans un secteur comme l'internet, où les choses bougent vite, et qu'il faut déjà attaquer des gros marchés comme les Etats-Unis sans avoir encore porté le produit à maturité, et disposer de perspectives de rentabilité encore floues. «Ces entreprises au gros potentiel de rentabilité gardent aussi à ce stade un fort potentiel de mortalité. Elles ne sont donc pas éligibles pour des financements classiques, soumis à des contraintes, comme un risque acceptable», note Karin Schintgen, qui chapeaute le «Future Lab» de BGL BNP Paribas. Solution presque obligée, faire ap-



Photo: Emmanuel Claude/Focalize

Les «Bistrots du Jeudi» s'associent aux GR Business Days, dans le cadre de Luxexpo

risque. Encore faut-il savoir leur parler... en affrontant par exemple une montagne de documents juridiques en anglais. Se faire aider n'est vraiment pas un luxe. Les accélérateurs peuvent jouer un rôle important à ce stade.

## Séduire un ange

Et pourquoi pas séduire un «business angel», un entrepreneur disposant de capital et de connaissances, prêt à se lancer dans une nouvelle aventure?

Yves Hergott a fait ses armes chez Luxscan, une ancienne start-up qui a mûri avec succès. Quand la boîte a été rachetée par l'Allemand Weinig, il a décidé d'aider à son tour des gens qui avaient des ambitions: «Un business angel, c'est quelqu'un qui s'est retiré avec profit d'une activité, qui dispose donc de capital, qui a soif de défis et besoin de partager son expérience.» Y a-t-il une recette pour le séduire? «C'est une aventure humaine. Le feeling intervient beaucoup, reconnaît Yves Hergott. Ce qui ne veut pas dire qu'on s'embarque dans n'importe quel projet. Une des conditions essentielles, c'est que l'activité se fasse dans le domaine de compétence du business angel. Il sait où il met les pieds.»

Et, si on a le choix, avant de franchir le pas, il vaut mieux bien valider son produit sur le marché local. Vu la taille du Luxembourg, le marché local, ce peut aussi être la Grande Région.

Le marché, c'est aussi une des choses les moins prévisibles. Parfois, l'entrepreneur a lancé son produit trop tôt, et le marché n'est pas prêt. Parfois, le marché est si explosif qu'il faut déjà se vendre tout en continuant à façonner le produit. Attendre cinq ans pour commercialiser un produit internet, c'est monter une locomotive à vapeur pour une ligne TGV.

«Selon les secteurs, les dynamiques sont fort différentes, et il faut

s'impregner de la culture du pays cible, insiste Diego De Biasio, CEO du Technoport de Belval.

«L'accès aux marchés est une

chose capitale, et les Etats peuvent aider des sociétés innovantes en leur facilitant l'accès aux marchés publics. Cela se fait en Suède, mais

beaucoup trop peu ailleurs», note Laurent Probst.

Lire aussi en page 18

THIERRY NELISSEN

## LE JEUDI

# LES BISTROTS DU JEUDI

13 JUN 2013 - 17H30 - LUXEXPO

### Table ronde: «De la start-up innovante à la PME Leader: comment créer les champions à l'international de demain?»

Introduction:

- M. Pierre Gramegna, Directeur Général, Chambre de Commerce
- M. Nicolas Schmit, Ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration

Panel:

- M. Laurent Probst, Associé, Founder PwC's Accelerator, PwC Luxembourg
- Mme Karin Schintgen, Directrice RSE, Responsable Responsabilité sociale et Relations extérieures, BGL BNP Paribas « Future Lab », Luxembourg
- M. Philippe Suinen, Administrateur général, Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements (AWEX)
- Mme Frédérique Gueth, Manager de Business Initiative A.s.b.l. & Coordinatrice de l'initiative Seed4Start
- M. Diego De Biasio, CEO, Technoport S.A., Luxembourg
- M. Serge Rollinger, Président, The Luxembourg Business Angel Network (LBAN)
- M. Michele Gallo, Direction des nouvelles technologies, Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur
- Mme Caroline Emond, Déléguée générale du Québec, Direction générale du Québec à Bruxelles
- Mme Sabrina Sagromola, Responsable des Affaires Européennes, Chambre de Commerce

Modérateurs: M. Jacques Hillion, Rédacteur en chef du Jeudi & M. Thierry Nelissen, journaliste, Editpress

Rendez-vous le jeudi 13 juin à 17h30 à Luxexpo - Hall 2 - Entrée Nord  
10, circuit de la Foire Internationale, Luxembourg

PARTENAIRES

