FINTECH & ASSURTECH 2022 Early Stage

Maddyness

platform58

l'incubateur de La Banque Postale

ÉDITO

Alexandre Giros
Directeur de l'innovation, du digital et de la data de La Banque Postale

Géraldine Russell
Rédactrice en chef adjointe de Maddyness

Pour la troisième année consécutive, Maddyness et platform58, l'incubateur de La Banque Postale, scrutent les startups Fintechs et Assurtechs en amorçage. Ces deux secteurs font partie des plus dynamiques du monde technologique. Ce troisième panorama illustre cette tendance, avec près d'une centaine d'acteurs de moins de trois ans référencés, soit 15% de plus qu'en 2020, lors de la première édition.

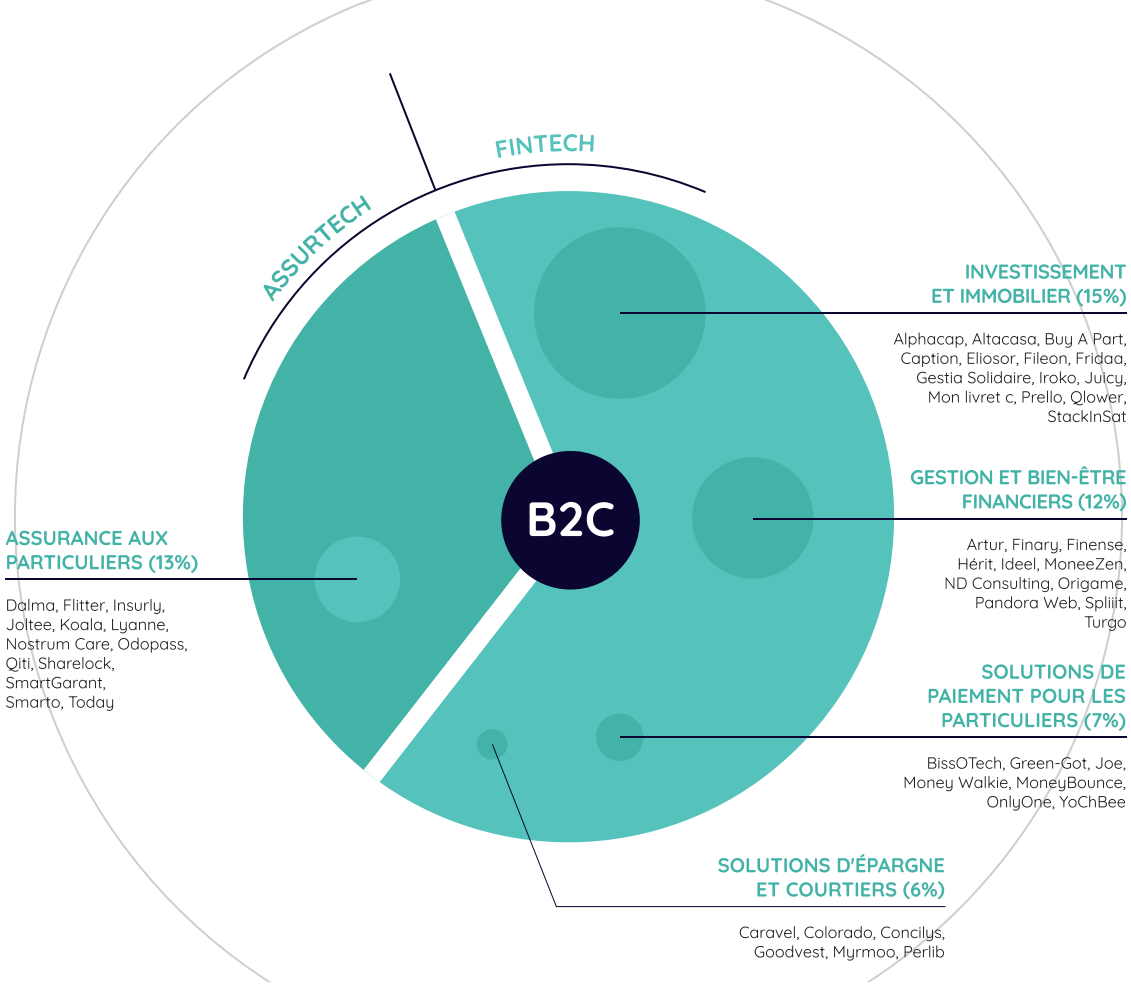
Près de 150 acteurs ont participé à ce livre blanc et dessinent les évolutions de deux secteurs en pleine mutation et en plein essor : en s'emparant de technologies complexes et en les mettant au service des utilisateurs et utilisatrices grâce à des produits et solutions aux usages toujours plus fonctionnels, les Fintechs et Assurtechs ont contribué à faire entrer la technologie dans le quotidien des Français·es.

Avec quatre licornes (Alan, Lydia, Shift Technology et Swile) parmi les 23 que compte l'Hexagone, la Fintech-Assurtech s'est également imposée comme une des figures de proue de l'excellence technologique tricolore. Grâce à cette double approbation, de leurs clients comme des investisseurs - français et étrangers -, les startups du secteur marquent de leur empreinte l'économie nationale, notamment en créant des emplois par centaines. Et ce de plus en plus tôt : les entreprises recensées dans ce panorama, avec moins de trois ans d'existence au compteur, ont déjà recruté plus de 600 personnes ! Preuve que le succès très visible de quelques unes nourrit les ambitions de nombreuses autres.

Alors, Fintechs et Assurtechs peuvent-elles encore faire mieux ? Deux sujets majeurs restent encore trop timides dans des segments de marché qui se prétendent des modèles pour la startup nation : la place des femmes et l'impact citoyen - écologique et social. Trop peu de femmes fondent aujourd'hui des entreprises Fintechs et Assurtechs ; trop peu aussi travaillent dans leurs équipes techniques pour que les produits qu'elles imaginent prennent en considération les besoins de l'ensemble de leurs utilisateurs et, surtout, utilisatrices. D'autre part, si ces jeunes entreprises ont à coeur de faire la différence grâce à leur engagement citoyen, elles sont encore trop peu nombreuses à mettre leur activité et leur performance financière au service de ces valeurs. Autant de pistes d'amélioration qui esquissent un futur de la Fintech et de l'Assurtech plus durable et plus désirable.

Ce qu'il faut retenir

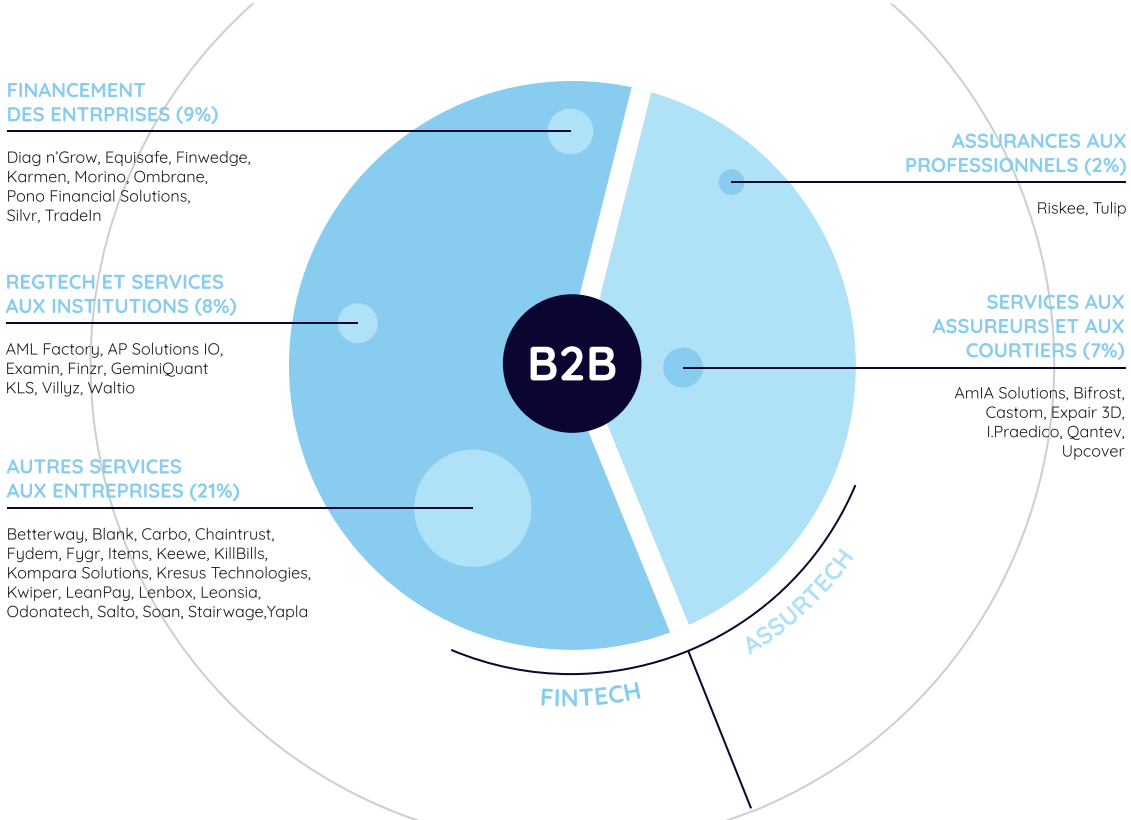
	2020 - 2021	2022
1	**La remontada du B2C** Alors que les entreprises B2B étaient majoritaires la première année du panorama (2020), les technologies à destination du grand public avaient effectué une belle remontée en 2021.	**Le B2C confirme sa bonne forme** Une majorité des entreprises en amorçage s'adressent au grand public. Mais de plus en plus diversifient leurs activités également à destination des entreprises afin de trouver des leviers de rentabilité.
2	**Le paiement déjà défriché** Le segment a connu une première vague de disruption il y a dix ans et était désormais investi par des startups avec des services de niche.	**L'investissement, nouveau filon** À la faveur de la crise se sont créées une multitude de services pour favoriser l'investissement de l'épargne que les Français ont accumulée durant plusieurs mois. C'est l'un des segments qui a connu la plus importante dynamique en trois ans.
3	**Des startups très parisiennes** Les deux tiers des startups en amorçage étaient créées en Île-de-France, dont près de la moitié à Paris. Quelques hubs régionaux émergeaient (Bordeaux, Lyon, Lille).	**Une décentralisation à l'œuvre** La crise a convaincu un certain nombre d'entrepreneurs de s'éloigner de Paris : si les deux tiers des startups sont toujours fondées en Île-de-France, la part des entreprises basées à Paris même a chuté de douze points en un an.
4	**Un milieu en cours de féminisation** Les équipes de fondateurs étaient la norme, avec au moins un duo à la tête de l'entreprise. Mais ce duo était majoritairement masculin : les trois quarts étaient fondées uniquement par des hommes.	**La féminisation stoppée nette** La part des femmes à la tête d'entreprises en amorçage s'est réduite jusqu'à ne plus représenter qu'un infime pourcentage. Un vrai revers pour un secteur qui doit faire montre de davantage de parité, de mixité et de diversité. étaient fondées uniquement par des hommes.



Janvier 2022 - 3ème édition

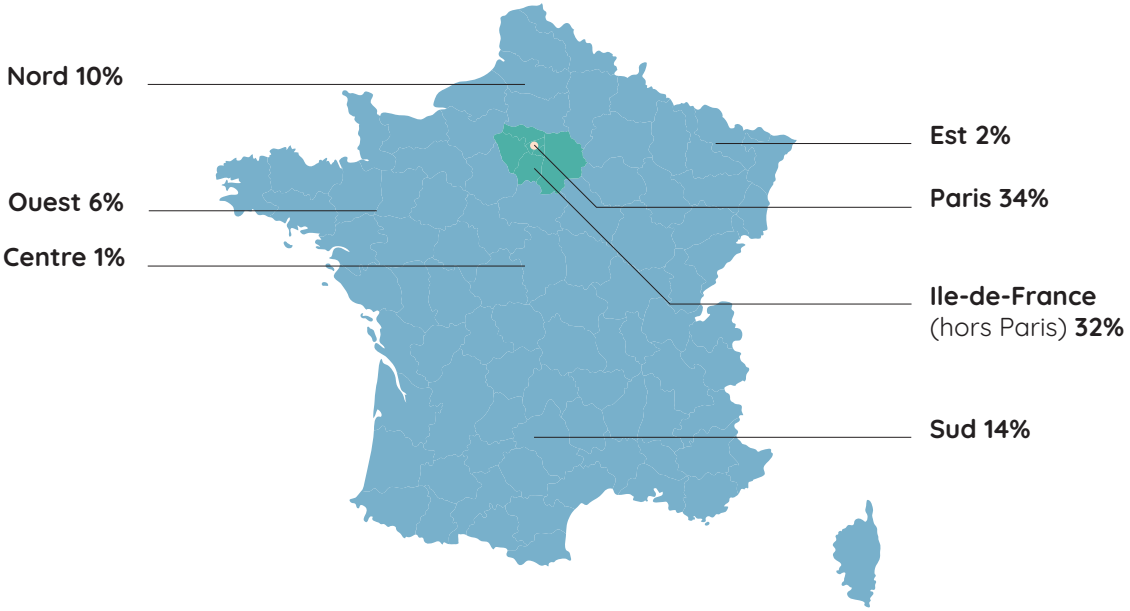
PANORAMA EARLY-STAGE FINTECH-ASSURTECH

Startups de moins de 3 ans, qui ont levé 3,5 millions d'euros maximum



Portrait-robot des startups Fintechs-Assurtechs early-stage en 2022

LOCALISATION



ACCOMPAGNEMENT

Ont été ou sont actuellement accompagnées	**78 %**
Dont incubateur	79 %
Dont accélérateur	41 %
Dont réseau	24 %
Dont minimum 2 structures	47 %

EMPLOIS

13 %	37 %	27 %	18 %	5 %
Aucun salarié	1 - 5	6 - 10	11 - 20	21 - 40

Nombre médian de salariés : 6

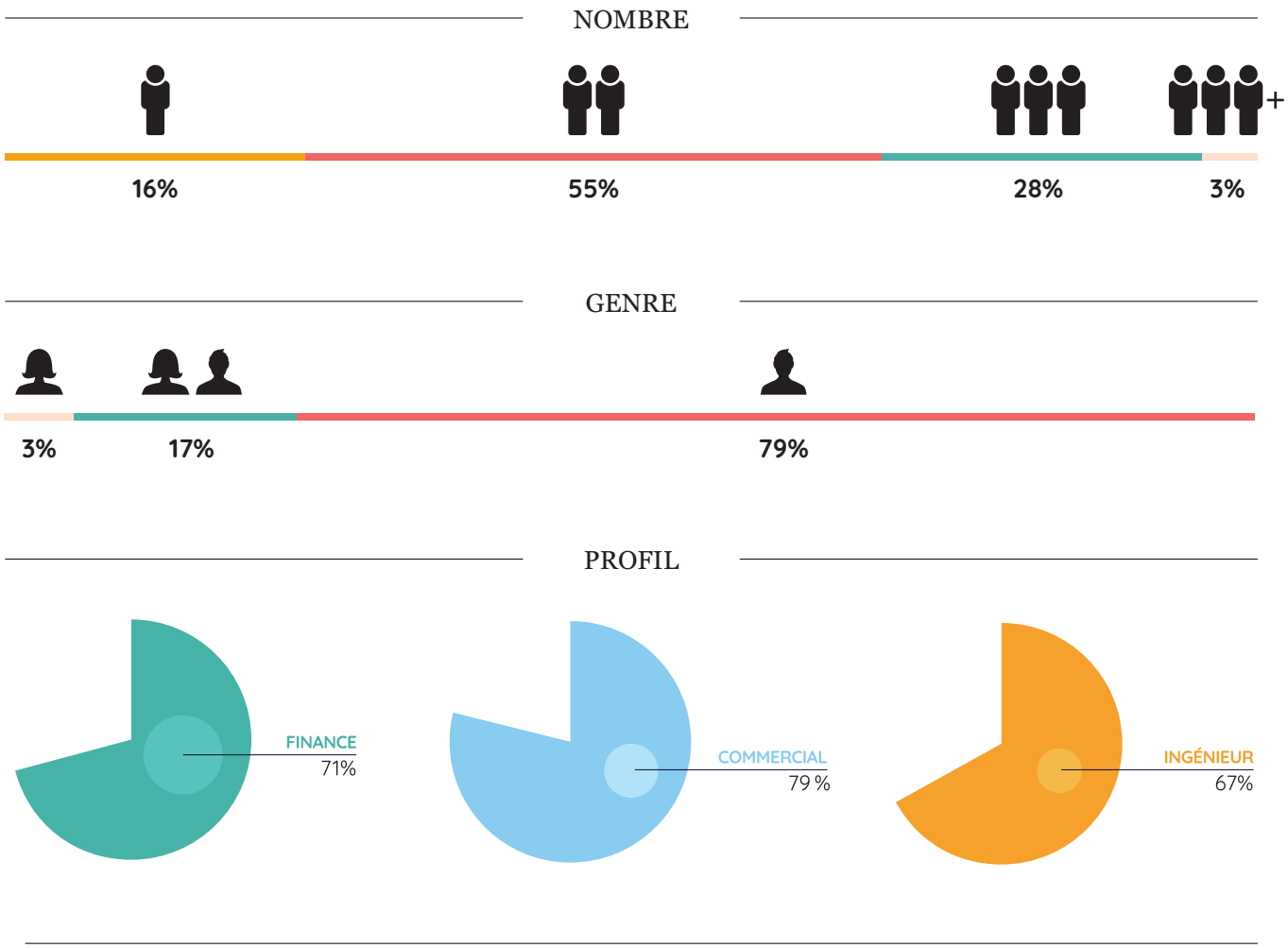
FINANCEMENT

Ont mené des opérations non dilutives	**64 %**	**57 %**	**Ont mené des opérations dilutives**
Auprès d'acteurs publics	86 %	30 %	En love money
Auprès de concours	24 %	5 %	Auprès de structures d'accompagnement
Auprès de banques	45 %	86 %	Auprès de business angels
		9 %	Auprès d'institutionnels
		44 %	Auprès de fonds d'investissement
		7 %	Auprès de grands groupes

Pour un montant médian de 150,000 euros
Montant maximum : 1,5 million d'euros

Pour un montant médian de 608,000 euros

Portrait-robot des fondateurs Fintechs-Assurtechs en early-stage, en 2022



Méthodologie

Critères d'éligibilité

- Sociétés fondées à partir de septembre 2018
- Qui ont leur siège social en France
- Qui développent un produit ou un service innovant dans les secteurs financiers ou de l'assurance
- Et ont levé maximum 3,5 millions d'euros lors d'opérations dilutives

Dans le sillage des licornes, une nouvelle génération Fintech et Assurtech prête à relever d'autres défis

Pour faire aussi bien que leurs aînées tout en se démarquant, la nouvelle génération de Fintechs et Assurtechs en amorçage misent sur des produits futés et des solutions hautement technologiques pour proposer une expérience utilisateur optimale. Mais aussi sur des modèles économiques solides, des stratégies commerciales éprouvées et des valeurs d'engagement citoyen.

2021 a été une année faste pour les secteurs de la Fintech et de l'Assurtech : pas moins de quatre licornes - ces entreprises valorisées 1 milliard de dollars sans être cotées en Bourse - ont émergé (Alan, Lydia, Shift Technology et Swile) à la faveur de méga-tours de table. Derrière ces (vieilles) startups, devenues des emblèmes d'un secteur bouillonnant, se cache une nouvelle génération d'entreprises tricolores. 97, pour être exact, qui ont moins de trois ans et ont levé moins de 3,5 millions d'euros. C'est 11% de plus que l'an dernier et 15% de plus qu'en 2020.

Startups créées en 2021

Alors que les solutions de paiement avaient encore la cote en 2021, portées par les réussites de Lydia et Swile, leur part s'est effondrée de moitié pour ne plus représenter que 7% des startups en amorçage. En revanche, **les solutions dédiées à l'épargne, l'investissement et au bien-être financier, qui représentaient déjà 30% du panel en 2021, ont encore essaimé**, au point que nous avons dû, cette année, les répartir en trois catégories : les solutions d'épargne et les courtiers (6%), celles de gestion et de bien-être financiers (11%) et le segment ultra-dynamique des solutions d'investissement, y compris immobilier (14%), qui a notamment bénéficié de la crise.

> *« Les Français ont épargné 142 milliards d'euros supplémentaires pendant la pandémie,* rappelle Alexandre Giros, directeur de l'innovation, du digital et de la data de La Banque Postale. *En plus de ce volume d'investissement disponible, cette pandémie a créé plusieurs milliers de nouveaux investisseurs sur le marché ayant davantage de temps. »*

Si les établissements bancaires ont longtemps été les interlocuteurs privilégiés des épargnants et investisseurs sur ces questions, les Fintechs se font de plus en plus une place au soleil. *« Ces startups misent sur la simplicité de leurs solutions, avec une ergonomie plus fluide ce qui est normal pour des produits avec des fonctionnalités plus restreintes. Elles définissent de nouveaux standards de marché. »*

Que sont devenues les startups du panorama 2021 ?

Si en 2020, la crise avait profité aux startups Fintechs et Assurtechs, y compris en amorçage, grâce à la démocratisation des usages numériques, 2021 a été une année moins clémente pour elles. Sur les 86 startups early stage que comptait notre précédente édition du panorama, 45% ne se retrouvent pas dans celui de cette année. Leur âge trop avancé reste de loin la première cause de sortie (85%) mais notons que trois d'entre elles (Aria, Assurly et Fintecture) auraient également pu sortir pour cause de levée de fonds trop importante. Moins glorieuse, la deuxième cause de sortie est la fermeture (13%) : trois startups ont été liquidées (PIM, Trésoria et Yoonix) et deux ont tout simplement fermé (Money Angel et Qlay).

Du côté des Assurtechs, qui sont davantage représentées cette année par rapport aux Fintechs (23%, contre 20% l'an dernier), les assurances aux professionnels connaissent un trou d'air (2%, contre 5% en 2021) alors que celles destinées aux particuliers regagnent des couleurs (13%, contre 8% l'an dernier). **Les nouveaux produits d'assurance se concentrent sur des niches de marché, telles que les animaux de compagnie, les dispositifs de mobilité, ou le voyage**. Ce qui ne devrait pas les empêcher, à terme, de diversifier leurs offres, une fois leur marché initial consolidé.

Les nouvelles assurances pour particuliers

Comme l'année dernière, les solutions B2C restent légèrement majoritaires (53%). De plus en plus de startups présentant une solution à destination des particuliers développent également une offre pour les entreprises : plus d'une startup sur deux (51%) s'adresse désormais aux entreprises. A contrario, les établissements bancaires sont devenus moins bankable pour les startups en amorçage, à peine plus d'un quart (28%) choisissant de s'adresser à eux - contre 31% l'année précédente.

Des startups plus performantes et plus attractives aux yeux des investisseurs

Une stratégie payante, si l'on en croit les indicateurs financiers déclarés par les startups du panorama. Près des deux tiers (62%) des entreprises indiquent ainsi un taux de croissance annuel de leur chiffre d'affaires supérieur à 300%. Rien de très surprenant pour des entités très jeunes, qui présentent un chiffre d'affaires très faible - 81% le situent sous la centaine de milliers d'euros et 94% sous les 300 000 euros. Une seule a dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires en 2020.

La surprise provient davantage du fait que près d'**une startup sur cinq (19%) déclare dégager un bénéfice**. Faible, là aussi, puisque l'ensemble des rares entreprises ayant accepté d'entrer dans les détails (à peine 10% de l'échantillon) le chiffrent sous les 100 000 euros en 2020. Mais c'est de bon augure pour des startups si jeunes. Grâce aux économies d'échelle, elles espèrent rapidement prospérer.

D'autant qu'elles sont de plus en plus nombreuses à passer par la case levée de fonds, y compris auprès de fonds d'investissement, dès la phase d'amorçage. 57% des startups ont eu recours à une levée de fonds dilutive, presque autant que celles qui ont réalisé des opérations non dilutives (64%).

Pourtant, le manque de capitaux disponibles est cité par un tiers des startups comme un frein à leur développement. Si la Fintech est l'un des écosystèmes les plus dynamiques de la tech - le secteur est le deuxième à avoir levé le plus de capitaux en 2021 - **l'amorçage reste compliqué pour les entreprises les plus jeunes qui n'ont pas à leur tête un serial entrepreneur capable de lever des capitaux sur son seul nom**. Le fait qu'il n'existe pas de statut fiscal de business angel freine le fléchage de l'épargne vers l'économie réelle et les entreprises innovantes, plus risquées que d'autres investissements. Les jeunes Fintechs et Assurtechs peuvent compter sur la mobilisation des entrepreneurs à la tête des premières success stories qui réinvestissent leurs gains mais cela n'est pas suffisant pour nourrir un secteur à l'appétit colossal.

L'impact, fake it until you make it ?

Parmi les autres problématiques auxquelles sont confrontées les jeunes startups de la Fintech et l'Assurtech : une régulation jugée trop contraignante par 44% d'entre elles, de loin le premier frein qu'elles identifient.

> Pour autant, « ***c'est dans la contrainte qu'on trouve les forces de penser différemment et d'être innovant*** », tempère Alexandre Giros. « *Pour les startups, c'est l'occasion de casser les codes et de transformer le secteur. Cela leur permet d'asseoir leur légitimité dans un marché sain et ce rapidement afin de pouvoir être vues comme des entreprises de confiance.* »

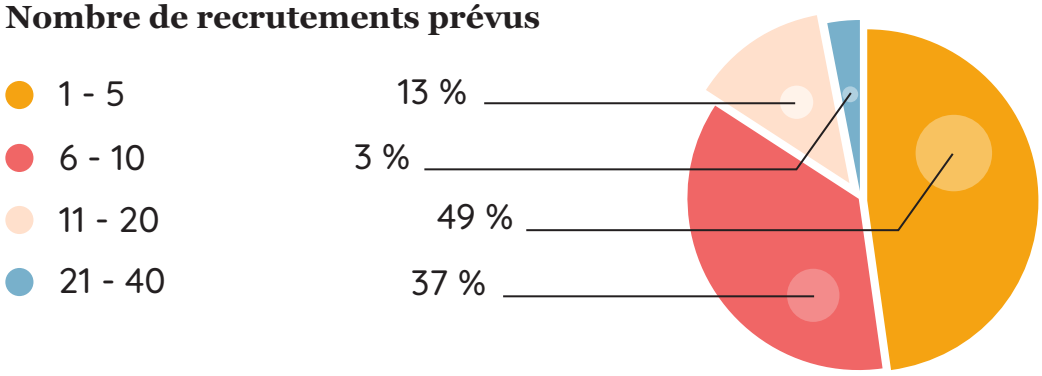
Pour gagner en légitimité, les startups utilisent également un autre levier, presque aussi scruté par leurs partenaires et clients que les certifications : leur engagement social et écologique. Et en la matière, elles ont encore du travail à faire : si 88% des startups du panorama estiment que leur activité a un impact citoyen et 37% d'entre elles disent avoir mis en place des dispositifs en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), après étude détaillée des réponses, ces proportions s'effondrent respectivement à 29% et 28%. Pour faire aussi bien que leurs aînées, la nouvelle génération de Fintechs et Assurtechs devront s'efforcer d'être aussi rigoureuses en matière d'engagement qu'en matière de conformité à la réglementation…

Face aux stars de la tech, les startups early stage misent sur l'esprit entrepreneurial et l'impact pour recruter

Alors que le vivier de talents, notamment pour les profils techniques, s'épuise plus vite que les besoins des entreprises, les startups en amorçage pâtissent d'un préjudice de notoriété et de moyens financiers face aux poids lourds du secteur. Mais présentent d'autres atouts pour s'en sortir.

Bonne nouvelle : les startups early stage recrutent ! Toutes, sans exception, puisque 100% des startups du panorama disent vouloir recruter dans les trois prochains mois. Près d'une sur deux (49%) planifie d'embaucher 5 personnes maximum, tandis que plus d'un tiers espèrent ajouter 6 à 10 personnes à leur équipe. Face aux recrutements par centaines annoncés par les scaleups du secteur dans la foulée de méga tours de table, cela peut sembler modeste. Mais pour des entreprises dont le nombre médian de salariés est de six, cela signifie au moins doubler voire tripler la taille de leurs effectifs !

Nombre de recrutements prévus



Ces recrutements sont donc stratégiques à plus d'un titre : ils contribuent à structurer le noyau de l'équipe qui sera, dans quelques mois ou années, chargé de diffuser la culture d'entreprise au sein d'une équipe largement élargie ; et, en creux, un mauvais recrutement peut coûter très cher à la startup.

> « *Se tromper sur un profil quand on est 15, cela a beaucoup plus d'impact que dans une grande entreprise* », acquiesce Ladislas Manset, co-fondateur de Pono Financial Solutions.

D'autant que, dans les entreprises les plus jeunes, le recrutement reste l'affaire du CEO (45% des cas). Une erreur dans ce domaine coûte donc du temps, de l'argent et de l'énergie à une structure qui n'a pas le loisir d'en gaspiller : une vraie menace fantôme qui plane sur les entreprises en amorçage.

La guerre des étoiles

Pourtant, la guerre des talents qui fait rage dans le milieu technologique incite les entreprises à se positionner de plus en plus rapidement face à des candidats hautement courtisés. *« Il ne faut pas avoir la main qui tremble au moment de faire une offre »* à un candidat, plaisante le CEO de Pono Financial Solutions, soulignant qu'une hésitation peut coûter à la startup un profil séduisant. Pour les entreprises les plus jeunes, cette concurrence sur le marché du recrutement est très concrète. **Parmi les 46% de startups qui ont admis avoir connu des difficultés de recrutement, les trois quarts évoquent… un vivier insuffisant de candidats.**

> *« Il y a de la place pour tout le monde »*, assure dans un premier temps Pierre Dutaret, CEO de Libeo. Avant de reconnaître que ce n'est pas le cas *« pour les meilleurs talents »*.

« L'inflation des salaires est réelle et cela va encore s'accentuer, sous l'effet de la rareté des candidats et de l'abondance de capitaux sur le marché, poursuit-il. ***Les scaleups augmentent les tarifs pour attirer davantage de candidats, notamment les meilleurs profils. Ils ne sont pas assez nombreux mais il n'y aura jamais de pénurie pour les startups qui jouent les premiers rôles.*** *»*

L'early stage contre-attaque

Il serait cependant illusoire de penser que les startups les plus jeunes se laissent faire sans riposter. Elles ont pour elles plusieurs arguments, à commencer par des processus de recrutement hyper agiles. *« Dans un marché en tension, il faut aller vite, avoir des process courts, c'est ce que demandent les candidats »*, témoigne le co-fondateur de Pono Financial Solutions. De son côté, Libeo a optimisé et industrialisé ses process au maximum, jusqu'à pouvoir *« recruter en une semaine, à n'importe quel poste »*, se félicite son CEO. *« Nous présentons en amont l'entreprise, ses valeurs et le processus du recrutement à venir. Cela crée une bonne expérience pour le candidat. Dans l'idéal, nous aimerions pouvoir recruter dans la journée. »*

> *« Cette rapidité permet aussi de dissocier les candidats sérieux de ceux qui ne le sont pas »*
> Pierre Dutaret, CEO de Libeo

Deuxième argument à mettre au crédit des jeunes startups : un accent volontairement porté sur les avantages extra-financiers. *« C'est un marqueur différenciant auprès des candidats*, approuve le co-fondateur de Pono Financial Solutions. *La politique de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) est un sujet qui revient régulièrement en entretien et le bullshit est éliminatoire pour bon nombre de candidats.* » Parité, diversité et équilibre entre vie pro et vie perso sont autant de thématiques sur lesquelles les startups ont une carte à jouer.

Ne pas pouvoir rivaliser avec les scaleups en matière de salaire et de bonus sonnant et trébuchant a créé une certaine émulation chez les jeunes pousses, alors que les candidats sont en recherche de sens et de bien-être au travail. *« Au départ de l'aventure entrepreneuriale, les personnes recrutées sont amenées à prendre des responsabilités importantes »*, témoigne Ladislas Manset. Ce que confirme Pierre Dutaret : *« au début, l'entreprise peut offrir une aventure plus séduisante, avec un projet sexy, de meilleures opportunités et un plan de carrière plus attractif ».*

La revanche des seed

Si toutes les scaleups et startups piochent dans le même vivier de candidats, elles n'attirent pas les mêmes personnalités. *« Lorsque l'entreprise est encore à ses débuts, elle est attractive pour des candidats pluridisciplinaires, touche à tout, avec un esprit d'entrepreneur, très autonomes »*, constate le CEO de Libeo, qui souligne que certains ont d'ailleurs *« déjà créé des entreprises »* avant de postuler. D'entrepreneurs, ils deviennent moteurs d'une entreprise où tout est à construire.

Certains ont aussi connu une première expérience de salarié-moteur dans des entreprises qui ont déjà grandi. *« Certains peuvent être lassés de la scaleup, qui a perdu l'agilité de ses débuts*, remarque Ladislas Manset. *Ce n'est pas la même chose de travailler dans une startup de 50 personnes que dans une entreprise de 400 salariés.* » Ce qui pourrait passer pour une distorsion de concurrence dans la guerre des talents entre petits poucets de la Tech et stars du secteur tourne alors à l'avantage des premières, qui voient ruisseler des candidats jusqu'à elles. *« Younited Crédit, Alan ou Qonto ont formé des générations de managers, en leur donnant des méthodes de travail, une agilité et une efficacité propres aux entreprises de cette taille qui ne sont pas celles des groupes bancaires »*, observe le co-fondateur de Pono Financial Solutions.

De quoi faire dire à Pierre Dutaret que cette concurrence est *« saine »* et, *in fine*, *« produit des effets très positifs »* : non seulement elle encourage les entreprises à proposer de meilleures conditions de travail aux salariés pour les attirer et les retenir mais elle permet aussi de créer une sélection naturelle parmi les startups en amorçage, en fonction de leur attractivité. Tout comme parmi les scaleups - entre celles qui parviennent à grandir en prenant soin de leurs employés et celles qui se transforment en cash machines avec trop peu de considération pour leurs rouages humains.

3% de femmes à la tête des Fintechs et Assurtechs en amorçage : non, ce n'est pas normal

Moins de 5% des Fintechs et Assurtechs de moins de trois ans ont été fondées par une ou des femmes. Et huit startups sur dix sont créées par des équipes composées uniquement d'hommes. Alors que les jeunes entreprises rêvent de réinventer le secteur, elles ont plutôt tendance à perpétuer des codes archaïques.

Il y a, en 2022, moins de femmes à la tête des Fintechs et Assurtechs en amorçage qu'en 2021. C'est le triste constat à la lecture des statistiques : sur les 97 entreprises recensées cette année, 3% seulement ont été fondées par une ou des femmes - contre 7% l'an dernier, soit une chute vertigineuse de 67%. Seule consolation, la part des équipes fondatrices mixtes se maintient à 18%. Ce qui implique que **près de 8 startups sur 10 sont fondées par un ou des hommes uniquement.**

Or, ces startups doivent imaginer des produits et services pour l'ensemble de leur clientèle, femmes incluses. Mais comment répondre aux besoins des clientes si les femmes ne font pas partie de l'équation dès la conception ? Ainsi, **plutôt que de voir émerger des entreprises capables de prendre en compte les femmes dans la définition de leurs services, on voit au contraire émerger des solutions pour les femmes par les femmes**, comme le montrent les exemples d'OwnYourCash, fondée par Imène Maharzi, qui guide les femmes vers l'indépendance financière ou WEInvest, portée par Paloma Castro Martinez, afin d'encourager les femmes à investir.

Une tendance que l'on retrouve aussi dans l'investissement, avec la création en 2021 de deux fonds spécifiquement dédiés au financement des startups portées par des femmes : Winequity, créé par Cécile Bassot et Florence Richardson, et Leia Capital, propulsé par 14 femmes business angels.

> *« C'est un message intéressant mais cela ne suffira pas*, tranche Alain Clot, président de France Fintech. *L'idée n'est pas de communautariser, ce n'est pas en faisant financer les femmes par des femmes qu'on va résoudre le problème. »* Ni en faisant porter systématiquement aux femmes la responsabilité de développer des produits ou services adaptés aux femmes…

Des secteurs peu accueillants pour les femmes

Pour ne pas *« communautariser »* les startups, encore faut-il parvenir à convaincre les femmes de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, qui plus est dans des secteurs où le masculin reste la norme. Cela n'a pas effrayé Jeanne Depond et Li Cai, co-fondatrices de l'Assurtech Lyanne. *« Nous étions toutes les deux déjà familières de l'industrie financière, nous avions donc l'habitude d'être entourées d'hommes »*, explique cette dernière. Mais c'est loin d'être le cas de toutes les entrepreneuses en devenir.

Ainsi, l'association France Fintech notait dans une étude dédiée, datant de 2019, que *« les hommes issus de l'industrie bancaire et assurantielle demeurent les principaux acteurs de l'écosystème, qu'ils contribuent à structurer en fonction de critères qui leur sont propres et de recruter d'anciens collaborateurs »*. Elle ajoutait : *« le secteur cultive une image de pré-carré préservé dans lequel les nouveaux entrant(e)s ne sont pas toujours les bienvenu(e)s. Cette cooptation masculine nuit à l'ouverture du secteur et à sa lisibilité, notamment quant aux potentiels de carrière pour les femmes »*.

Les fondatrices de Lyanne en ont fait l'expérience, essuyant notamment des interrogations sur leurs capacités techniques. *« Même si j'ai appris à coder, grâce à une formation du Wagon, j'ai fait face à des remarques sur la solidité de la tech. Une femme trentenaire qui apprend à coder est davantage questionnée sur sa légitimité qu'un homme qui a moins d'expérience, en sortie d'école, par exemple »*, regrette ainsi Li Cai.

Un déséquilibre dès la formation

Le manque de femmes dans les filières scientifiques est d'ailleurs régulièrement pris pour argument afin d'expliquer leur faible représentation dans les métiers de la finance et de l'assurance. Mais il ne tient pas pour les Fintechs et Assurtechs : seulement deux tiers des fondateurs de startups early stage disposent de compétences techniques issues d'un parcours scientifique ou d'ingénierie. Au contraire, les fondateurs au profil commercial sont sur-représentés (79%), devant ceux disposant d'une expertise métier grâce à une première expérience en finance ou en banque (71%).

Or, les écoles de commerce font partie des bons élèves dans l'enseignement supérieur, avec un taux de féminisation de 50% en 2020. Mais, comme le relevait Le Monde dans un article de 2018, le diable se cache dans les détails : *« les filles sont surreprésentées en ressources humaines, marketing ou luxe, et les garçons en audit et finance »*. **Dès la formation et alors même que les filières dédiées à l'entrepreneuriat se multiplient dans les écoles de commerce, Fintech et Assurtech sont « préemptées » par les hommes.**

Les inégalités de financement toujours pas résolues

Autre pierre d'achoppement : les difficultés de financement des projets portés par des femmes, que le duo à la tête de Lyanne a pu expérimenter. *« Nous avons été transparentes, parfois trop honnêtes dans notre roadshow, là où un homme sera plus agressif et plus vendeur*, estime Li Cai. *C'est perçu par les investisseurs comme un manque de solidité alors que ça devrait être rassurant pour les fonds : on fait exactement ce qu'on dit. »* Au final, l'entreprise a levé 1,2 million d'euros auprès des fonds FirstMinute Capital et 50Partners et de plusieurs business angels de renom.

Ce sujet n'est pas nouveau et France Fintech cherche depuis plusieurs années à faire bouger les lignes. *« Le vrai sujet, c'est d'arriver à donner confiance aux investisseurs masculins »*, souffle Alain Clot. D'autant que les raisons de ne pas soutenir les startups fondées par des femmes sont quasi exclusivement culturelles : *« les femmes réussissent très bien dans notre secteur. Le taux d'échec des entreprises fondées par des femmes n'est pas plus élevé que celles fondées par des hommes, c'est même l'inverse »*.

Jeunes mais conquérantes, les nouvelles Fintechs et Assurtechs structurent (déjà) leur internationalisation

L'international est traditionnellement un sujet réservé aux scaleups matures. Mais les levées de fonds de plus en plus précoces et les ambitions démesurées des startups dès l'amorçage poussent les entreprises à accélérer leur expansion à l'étranger.

Longtemps, les multinationales ont été synonymes de grands groupes : des entreprises centenaires, tentaculaires, qui essaimaient dans des dizaines de pays grâce à des moyens financiers tout aussi spectaculaires. Ce temps est révolu. Désormais, même de (très) jeunes entreprises peuvent être des multinationales. Et les startups l'ont bien compris. 42% des Fintechs et Assurtechs du panorama déclarent envisager un développement international dans les six prochains mois. *« La plupart des très jeunes pousses se concentrent sur le marché français : elles doivent faire la preuve dans leur village. Mais pratiquement toutes ont une vision pan-européenne et internationale »*, confirme Alain Clot, président de France Fintech.

Et pour cause : *« l'internationalisation est plus facile dans la Fintech que dans d'autres secteurs »*, poursuit-il. *« Les services financiers se banalisent : les moins de 35 ans estiment que consommer des services financiers n'est pas différent de l'usage de transports ou de la consommation de biens culturels. »* Habitués à réserver un VTC en trois clics, à choisir un film ou une série dans des catalogues qui en comptent des milliers et à commander des plats même au milieu de la nuit, **les nouveaux consommateurs exigent des services financiers rapides, faciles à utiliser et disponibles n'importe quand, n'importe où.**

Les consommateurs ne sont pas les seuls à pousser les Fintechs à se projeter au-delà des barrières nationales. Pour les Fintechs et Assurtechs B2B, c'est pratiquement un pré-requis. *« Leurs clients sont déjà présents à l'international ; cela les emmène mécaniquement dans d'autres pays »*, souligne Alain Clot. C'est le cas de Qantev, par exemple, qui a développé un logiciel à destination des assureurs privés de santé. *« Nous sommes installés à Paris mais tous nos clients sont à l'étranger. Dès le premier projet, nous avons travaillé dans la région du Golfe »*, se rappelle Tarik Dadi, CEO de la startup.

> ***« Le numérique rend les modèles et usages génériques. La fongibilité devient plus forte. »***
> Alain Clot, président de France Fintech

Reste qu'un développement à l'international présente plusieurs défis pour des entreprises aussi jeunes. Notamment en matière de conformité à la réglementation et des agréments à obtenir pour pouvoir en attester. *« La France a choisi la régulation dite du level playing field, qui impose la même réglementation quelque soit l'acteur qui opère le service financier »*, précise Alain Clot. Un cadre *« exigeant, qui requiert beaucoup d'efforts et beaucoup d'argent »* afin d'obtenir les labels et de se conformer régulièrement aux audits de contrôle. D'autant que *« le régulateur français est l'un des plus exigeants d'Europe »*, glisse le président de France Fintech. Mais ce qui peut être perçu comme pénible pour des entreprises qui se lancent devient un atout une fois le développement international entamé : *« c'est un gage de professionnalisme et de sérieux »*.

Europe et Amérique du Nord : toujours des valeurs sûres

Le premier marché que visent les startups est naturellement l'Union européenne, privilégiant les pays proches de l'Hexagone - **97% des startups en amorçage qui envisagent un développement international misent sur l'UE**. *« Grâce au passeport réglementaire, l'agrément européen donne accès aux autres pays de l'Union, qui est le premier marché financier du monde avec 450 millions de consommateurs à haut pouvoir d'achat »*, détaille Alain Clot pour expliquer l'engouement des entrepreneurs.

Mais la nouvelle génération de Fintechs et d'Assurtechs ne cantonne pas ses ambitions à nos voisins européens. 22% envisagent un développement en Amérique du Nord, le rêve américain étant devenu celui des entreprises tricolores. Encore faut-il avoir les moyens de ses ambitions, comme le souligne Tarik Dadi. *« **Le marché américain est très important, il faut avoir de la bande passante pour pouvoir répondre à la demande et s'y développer très vite.** »* Ce n'est pas donné à toutes les jeunes entreprises mais de plus en plus de startups se structurent dans cette optique, comme le souligne l'entrepreneur : *« dès le départ, nous avons conçu notre produit dans l'optique de pouvoir répondre aux demandes de clients internationaux »*.

Afrique et Asie : des opportunités à saisir

La même proportion de startups planifient également d'attaquer le marché africain. *« **La France et l'Afrique partagent une communauté linguistique et culturelle mais aussi de formation des entrepreneurs***, note Alain Clot. *Le taux d'équipement en comptes bancaires est très faible sur le continent africain, tandis que le taux d'équipement en smartphones y est très élevé. Cela explique que l'innovation y soit pointue en matière de paiement et d'applications Fintechs et Assurtechs. »*

Et si peu de jeunes startups se tournent aujourd'hui vers l'Asie (6% seulement), les Fintechs et Assurtechs pourraient bien ouvrir la voie à d'autres secteurs de la French Tech. Qantev s'apprête ainsi à y ouvrir un bureau cette année. Et se réjouit que des pionniers du secteur aient déjà défriché le marché. *« Nous suivons l'exemple de Shift Technology, qui vend également un logiciel aux assureurs, assume Tarik Dadi. L'Asie a été l'un de leurs premiers marchés. Et c'est aujourd'hui l'un de ceux qui ont la plus forte croissance au monde pour les produits d'assurance. »*

Contact

Ce livre blanc vous est proposé par Maddyness et platform58, l'incubateur de la Banque Postale.

Pour toute demande d'information, n'hésitez pas à nous contacter.

Camille Burrus
Responsable communication
et événementiel chez platform58
camille.burrus@labanquepostale.fr

Géraldine Russell
Rédactrice en chef adjointe
chez Maddyness
geraldine@maddynes.com

Maddyness platform58 l'incubateur de La Banque Postale