

Contact Presse Capgemini :
 Hélène Delannet
 Tel : +33 (0)1 49 67 31 25
 Email : helene.delannet@capgemini.com

Contact Presse Village by CA :
 Natacha Heurtault
 Tel : 06 12 23 58 60
 Email : nh@early-com.com

Le Village by CA et Capgemini présentent les résultats du Baromètre 2019 de la relation startup / grand groupe

Les relations entre startups et grands groupes gagnent en maturité, car les startups prennent davantage conscience de leur valeur

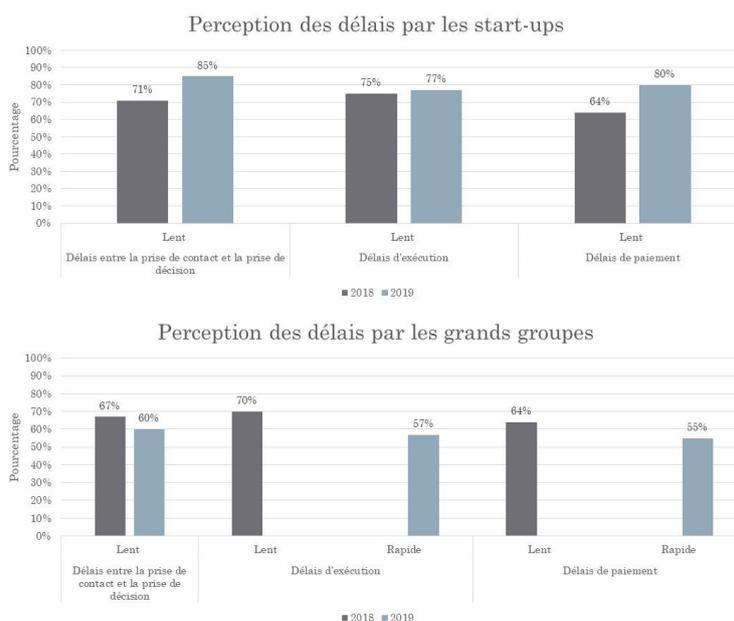
Enseignements clés :

- 79% des startups et 86% des grands groupes estiment que leur culture d'entreprise est bien comprise par l'autre partie.
- Parmi les vecteurs de création de valeur identifiés par les grands groupes, 73% d'entre eux citent l'expérience utilisateur, devant le gain en termes d'image (55%) et la réalisation d'un Proof Of Concept (55%).
- Pour 74% des startups de plus de 6 mois, l'augmentation du chiffre d'affaires constitue le critère principal de la création de valeur.

Paris, le 26 Avril 2019 - Le Village by CA, écosystème unique où startups et grands groupes se rencontrent et coopèrent pour innover ensemble, a mesuré pour la troisième année consécutive et pour la première fois en partenariat avec [Capgemini](#), l'évolution des relations entre startups et grands groupe. Le "Baromètre 2019 de la relation startup/grand groupe" ausculte ainsi l'évolution de cette relation à l'aune de quatre indicateurs principaux : la rapidité, la simplicité, la bienveillance et la création de valeur.

RAPIDITÉ

Des startups de plus en plus exigeantes face à la réactivité des grands groupes



84% des startups interrogées trouvent que le délai **entre la prise de contact et la prise de décision** est lent ou très lent, soit 18% de plus qu'en 2018. Alors que les grands groupes ne sont que 60% à le penser, soit 10% de moins que l'année précédente.

Idem du côté des **délais d'exécution**, jugés lents ou trop lents par 77% des startups (vs. 75% en 2018). Alors que seulement 43% des grands groupes le pensent (vs. 70% l'année dernière), soit une amélioration de la perception de 90% du côté des grands groupes !

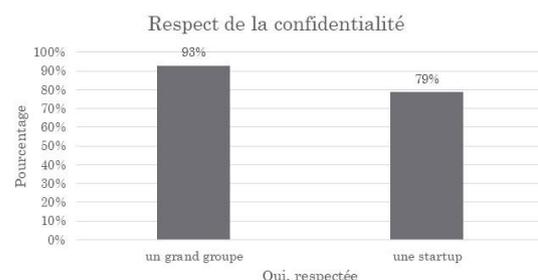
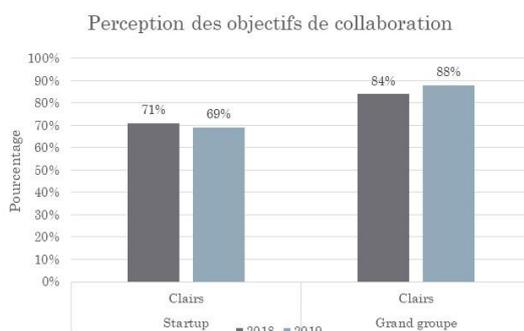
On retrouve des proportions similaires dans la perception des **délais de paiement** qui sont estimés lents ou très lents par 80% des startups (vs. 64% en 2018) alors qu'ils ne sont que 45% dans les grands groupes à s'en émouvoir (vs. 64% en 2018). L'écart entre les deux parties est très marqué cette année alors qu'en 2018 la perception était identique des deux côtés avec 64% des interrogés qui regrettaient ces délais.

⇒ **En 2019, les grands groupes se perçoivent plus performants dans les délais de paiement, et la rapidité en général, qu'ils ne le sont en réalité. A contrario, l'insatisfaction et l'exigence de rapidité des startups est en hausse.**

« Il semble que les startups aient pris conscience de leur valeur et soient devenues plus exigeantes dans leur relation avec les grands groupes. Sur le terrain, on se rend compte que les opérationnels au sein des grands groupes essaient de faire bouger les lignes pour que la collaboration avec les startups soit plus efficace. Cependant, côté fonctions supports (juridique, finance, achats...), il reste encore une belle marge de progression », commente Seddik Jamai, en charge du Digital Financial Services & FinTech au sein de l'entité Services Financiers chez Capgemini Invent

BIENVEILLANCE & SIMPLICITÉ

L'envie de collaborer se traduit par des objectifs clairs, une communication fluide et une confidentialité respectée...



Les **objectifs de la collaboration** sont clairs pour 69% des startups et 88% des grands groupes. C'était déjà le cas en 2018 avec des taux de réponses très proches : 71% de startups et 84% des grands groupes trouvaient que les objectifs communs étaient bien définis et compris. De même, **la communication** est perçue comme facile pour 64% des startups, et 84% des grands groupes. Ces chiffres sont très proches de ceux de 2018.

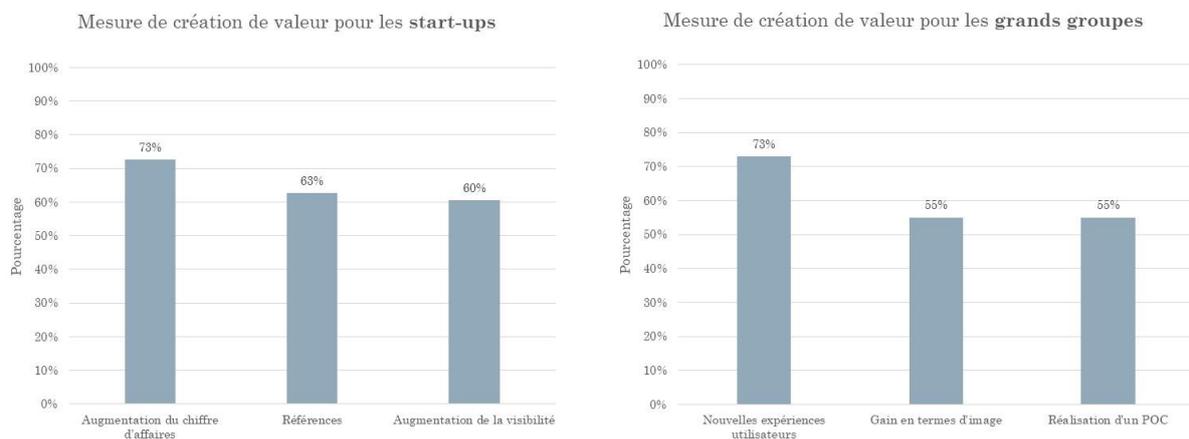
Fait nouveau en 2019 : les deux parties s'accordent à dire que leur **culture d'entreprise** est bien comprise par l'autre. 79% des startups et 86% des grands groupes l'affirment, en forte hausse par rapport à 2018. En effet, seules 56% des startups et 64% des grands groupes le pensaient l'année dernière. La hausse du sentiment de compréhension mutuelle est donc de 41% du côté des startups et 34% du côté des grands groupes.

... Mais l'équilibre de la relation n'est pas perçu

L'étude révèle que les deux parties déplorent des conditions contractuelles non adaptées : 47% des grands groupes et 46% des startups sont alignés sur ce constat. Autre bémol : on trouve de grands écarts de jugement dans **l'équilibre de la relation** : 73% des grands groupes trouvent la relation équilibrée contre seulement 46% des startups. Ici encore, l'évolution par rapport à 2018 est notable, puisqu'en 2018 les startups étaient 69% à trouver la relation équilibrée, soit une dégradation de la perception de 74% **entre 2018 et 2019**. Le déficit d'accompagnement ressenti par les startups (54%) est l'une des raisons explicatives de l'écart de perception de la relation startup / grand groupe.

CRÉATION DE VALEUR

Intérêt de la collaboration : les attentes divergent



Autre point de divergence entre les deux parties : l'évaluation de la création de valeur grâce à cette collaboration.

Pour les grands groupes, l'amélioration de **l'expérience utilisateur** constitue la clé de voûte de leur rapprochement avec les startups. En effet, ils citent ce critère à hauteur de 73% d'entre eux comme élément de satisfaction majeur, devant le gain en termes d'image (55%) et la réalisation d'un Proof Of Concept (55%).

Du côté des startups, la mesure de la création de valeur est toute autre. Pour elles, l'intérêt consiste avant tout à bénéficier **de références et augmenter leur chiffre d'affaires**. On peut même noter des divergences en fonction de la maturité des jeunes pousses.

Pour 74% des startups de plus de 6 mois, l'augmentation du chiffre d'affaires constitue le critère principal de la création de valeur attendue de la collaboration avec un grand groupe. L'obtention de références ainsi que **l'augmentation de leur visibilité** sont également deux critères plébiscités par plus de 60% d'entre elles. A noter : les toutes jeunes pousses de moins de 6 mois valorisent en premier lieu l'augmentation de leur visibilité (78%), critère décisif pour leur futur développement.

« Après une tendance forte d'amélioration de la relation entre startups et grands groupes en 2017 et 2018, les startups expriment une plus grande impatience à accélérer la concrétisation et l'industrialisation de leur projets. Mais ce que nous trouvons particulièrement remarquable c'est que l'envie est toujours là : startups et grands groupes restent convaincus de l'intérêt de la collaboration. Il reste à renforcer les conditions nécessaires et suffisantes à leur réussite, qui ne sont pas encore toutes atteintes », précise Fabrice Marsella, Directeur du Village by CA Paris.

- Lien vers l'étude complète et les graphiques : <http://bit.ly/2WdKP88>
- Lien vers la vidéo de la restitution du 25 Avril 2019 : <http://bit.ly/2L2ZsdC>

VERBATIM STARTUPS GRANDS GROUPES

Startups

"Il faut créer une charte de bonne conduite entre les grands groupes et les startups. Je suis volontaire pour participer à sa rédaction." Pascal Métivier, fondateur de Securkeys.

« La difficulté est de trouver le bon interlocuteur au sein d'un grand groupe, et être introduit par la bonne personne. » Nathaniel Suissa, co-fondateur de Clipr

"Si la relation purement opérationnelle se passe toujours assez bien, il est toujours compliqué pour les grands groupes de comprendre nos enjeux et contraintes, notamment financières. Nous avons un nombre d'impayés ou de retard de paiement beaucoup trop important venant de groupes qui devraient être capables de payer dans les temps." Lisa Lévêque, Lead Business Developer chez Ferpection

"La start up cherche aussi à comprendre le système de décision du groupe, pour affiner son conseil"
Stéphane Robert de Montgrand, Fanvoice

"Il y a deux façons de voir la collaboration entre une startup et un grand groupe : la coopération pour qu'un géant aide un plus petit à se développer, à créer des emplois et à innover en dehors de sa sphère, ou la tentative d'appropriation d'une IP construite grâce à l'agilité d'entrepreneurs et reprise à bon compte par une équipe IT qui ne sait plus innover."

"Les délais de prise de décision et le nombre d'interlocuteurs intermédiaires sont assez pénalisants pour une startup."

"C'est primordial de travailler avec les grands groupes, mais ça l'est aussi de ne pas compter que sur eux."

"Mettre de côté la politique au sein des grands groupes. Les responsables innovations veulent avancer mais les dirigeants ont des décisions politiques à prendre."

"Après plus de 3 ans à vivre au cœur du triangle Startups - Entreprises établies - Nous, nous avons une vision extrêmement claire des relations et des collaborations Startups / Grands groupes et il y a beaucoup de leçons et de règles à tirer et à faire avancer de part et d'autre. Cependant s'il ne fallait retenir qu'une idée ce serait : l'équilibre de la relation. Il est important que la position de la startup avec le grand groupe

ne soit pas celle d'un prestataire de plus, mais celle d'un associé au développement de l'entreprise, utile à sa véritable transformation."

Grands groupes

"Les startups représentent un levier incontournable dans la transformation numérique et culturelle des grandes entreprises. L'importance de la mise en place d'un "give & get" équilibré dès le début de la collaboration est clé et permet de mettre un cadre." Anthony Virapin, Director, Startup Unit chez Microsoft.

"A terme, la relation startup / grand groupe ne devrait plus être un sujet !" – Bertrand Mathieu, Marketing Manager Philips Lighting.

"Il faut prendre le temps au début de la relation de comprendre les enjeux de chacun pour trouver le meilleur choix pour satisfaire les parties." Maxime Zerbini, IS Innovation Director chez Servier.

"Permet de faire émerger de nouveaux cas d'usage. Il faut accompagner nos startups et les aider à monter en compétence."

Méthodologie

En 2019, 159 personnes ont répondu à l'étude : 61 représentants de grands groupes et 98 représentants de startups. Le questionnaire a été administré à la fois auprès des startups et des grandes organisations des réseaux respectifs de Capgemini, du Village by CA, de Syntec Numérique et plus largement aux acteurs clés de l'écosystème français.

Secteurs d'activité des répondants :

- Banque, assurance : Grands groupes : 34% - Startups : 7%
- Informatique et télécoms : Grands groupes : 8% - Startups : 3%
- Commerce, distribution : Grands groupes : 34% - Startups : 7%
- BTP, architecture : Grands groupes : 3% - Startups : 8%
- Communication, Marketing, Publicité : Grands groupes 2% - Startups : 12%
- Audit, Gestion : Grands groupes : 2% - Startups : 5%
- Social : Grands groupes : 0% - Startups : 5%

Typologie des startups répondantes :

- Chiffre d'affaires compris entre 100K€ et 1M€ pour 48% des répondants
- Matures, autour de 36 mois d'ancienneté pour 43% des répondants
- Moins de 50 employés
- Financement par fonds propres pour 59% d'entre elles

À propos du Village by CA

Fondé par le Crédit Agricole en 2014, le Village by CA est un écosystème créateur de valeurs et un accélérateur de startups qui soutient des projets à fort potentiel. Le premier Village a vu le jour à Paris en 2014 et le réseau compte désormais 30 Villages partout en France (Lille, Bordeaux, Orléans, Caen, St-Brieuc, Nantes, Paris, Lyon, Toulouse...) et en Italie à Milan. Le Village dispose de relais dans des villes majeures dans le monde (Londres, New York, Moscou, Shanghai, Séoul, Tokyo, Singapour...) afin d'aider les startups dans leur développement à l'international. Bénéficiant d'un environnement à la pointe de la technologie et situé au cœur des régions, les startups de chaque Village by CA évoluent dans un écosystème d'innovation fort d'une multitude de partenaires privés et publics.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte plus de 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 13,2 milliards d'euros en 2018.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*