

BAROMÈTRE
DE LA RELATION
STARTUP /
GRAND GROUPE

Sommaire

Executive summary	3
Edito	4
Méthodologie	5
Les répondants 2023	6
Profils	7
Création de valeur	12
Rapidité	16
Simplicité	19
Bienveillance	24
Conclusion	29

Executive summary

Dans un paysage économique en constante évolution, la collaboration entre startups et grands groupes est toujours un enjeu majeur pour stimuler l'innovation et favoriser la croissance. Afin de mieux comprendre les dynamiques de cette collaboration et d'identifier les facteurs clés de succès, le Baromètre de la relation startup / grand groupe a été créé en 2017.

Le Baromètre de la relation startup / grand groupe s'appuie sur des données recueillies auprès d'un large échantillon de startups et de grands groupes. Cette recherche met en lumière les défis, les opportunités et les meilleures pratiques pour établir des partenariats fructueux entre ces acteurs.

Les résultats de l'étude sont sans équivoque : la dimension temporelle est un élément clé dans la collaboration entre les startups et les grands groupes. Les startups expriment une préoccupation constante concernant la lenteur des processus de décision et des délais de paiement de la part des grands groupes. Elles ont besoin de décisions rapides et de liquidités pour soutenir leur croissance, ce qui fait de la rapidité une question cruciale pour leur survie. Par contre, les grands groupes accordent davantage d'importance à la capacité des startups à se développer rapidement et à monter en échelle, pour accéder à de nouvelles opportunités.

L'étude révèle également que la création de valeur est au cœur de la collaboration startups-grands groupes. Grâce à des stratégies bien définies, à une gestion optimisée des ressources et à une compréhension mutuelle des objectifs, les partenariats peuvent générer une croissance mutuelle et durable. Les startups ont la possibilité d'accéder à des ressources et à des marchés plus vastes, tandis que les grands groupes peuvent bénéficier de l'innovation et de l'agilité des startups.

Pourtant, malgré les opportunités, des défis persistent. Les startups expriment des inquiétudes quant à l'équilibre perçu entre les efforts fournis et les bénéfices récoltés dans ces collaborations. Les grands groupes sont appelés à mieux comprendre les objectifs spécifiques des startups et à répondre à leurs attentes pour favoriser des relations équilibrées et mutuellement bénéfiques.

En regardant vers l'avenir, ce Baromètre de la relation startup / grand groupe souligne l'importance de rester à l'écoute des tendances émergentes et d'anticiper les évolutions du paysage de la collaboration startups-grands groupes. Les acteurs du secteur doivent se préparer à relever les défis futurs tout en saisissant les opportunités qui se présentent.

Edito

Dans le contexte actuel d'évolution rapide des technologies, la collaboration entre startups et grands groupes est devenue **un facteur clé de réussite pour stimuler l'innovation et la compétitivité.**

Afin d'identifier les meilleures pratiques et renforcer ces relations, nous mettons en avant quatre critères clés : **rapidité, simplicité, bienveillance et création de valeur.**

Ces critères ont été choisis car ils sont considérés comme des éléments clés pour **établir et maintenir des relations fructueuses** entre les startups et les grands groupes. La rapidité fait référence à la capacité des parties prenantes à réagir rapidement et à s'adapter aux changements de l'environnement commercial. La simplicité souligne l'importance de processus clairs, transparents et facilement compréhensibles pour faciliter la collaboration. La bienveillance reflète l'engagement des partenaires à créer un environnement de travail positif et favorable, basé sur la confiance et le respect mutuel. Enfin, la création de valeur met l'accent sur l'objectif ultime de toute collaboration : générer des avantages tangibles et durables pour toutes les parties impliquées.

L'étude vise à analyser les données recueillies auprès des startups et des grands groupes pour **évaluer leur perception de ces critères et leur impact sur la qualité de la relation entre les deux types d'organisations.** En examinant les tendances et les différences entre les groupes, nous espérons que cette étude fournira des informations précieuses pour améliorer les collaborations futures et favoriser une culture d'innovation ouverte.



Méthodologie

La méthodologie de l'étude repose sur un processus en plusieurs étapes pour recueillir et analyser les données.

1. **Conception du questionnaire** : Un questionnaire a été conçu pour évaluer la qualité de la relation entre startups et grands groupes selon quatre critères principaux : la rapidité, la simplicité, la bienveillance et la création de valeur. Ce questionnaire vise à recueillir les perceptions et expériences des deux types d'organisations concernant ces critères.
2. **Diffusion du questionnaire** : Le questionnaire a été mis à la disposition de l'ensemble de l'écosystème français. Il était accessible en ligne, permettant ainsi à toute organisation intéressée de participer à l'étude. Les réseaux respectifs de Deloitte et du Village by CA ont été particulièrement sollicités pour encourager la participation.
3. **Collecte des données** : Les réponses au questionnaire ont été recueillies au fil du temps. Au total, 41 grands groupes et 64 startups ont répondu au questionnaire, fournissant ainsi un échantillon représentatif de l'écosystème français.
4. **Analyse des données** : Les réponses ont ensuite été analysées pour identifier les tendances et les schémas récurrents. L'analyse a été réalisée en tenant compte des expériences et des connaissances de l'équipe du Village by CA Paris, qui, bien que n'étant pas un cabinet d'études, a une connaissance approfondie de l'écosystème des startups et des grands groupes.
5. **Interprétation des résultats** : Les résultats de l'analyse ont été interprétés pour comprendre la dynamique de la relation entre les startups et les grands groupes, et pour identifier les domaines où des améliorations pourraient être apportées.

Il est important de noter que, bien que cette étude fournisse des informations précieuses, elle repose sur les perceptions et les expériences des participants, qui peuvent être subjectives. De plus, les résultats sont spécifiques à l'écosystème français et peuvent ne pas être directement applicables à d'autres contextes ou régions.



Les répondants 2023

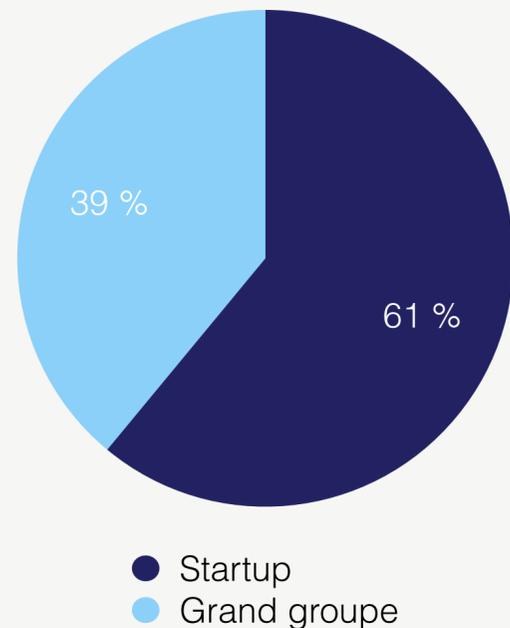
La 5ème édition du Baromètre de la relation startup / grand groupe a été conduite en 2023 avec la participation de 41 grands groupes et 64 startups.

Les startups qui ont participé à cette étude couvrent un large éventail de secteurs. Le secteur le plus représenté est IT / IA / Big Data avec 14% des répondants. Les autres secteurs significativement représentés incluent Agriculture / Agritech, Finance / FinTech, et Education / EdTech, avec respectivement 9% et 8% des répondants. Le reste des réponses provient d'une variété de secteurs.

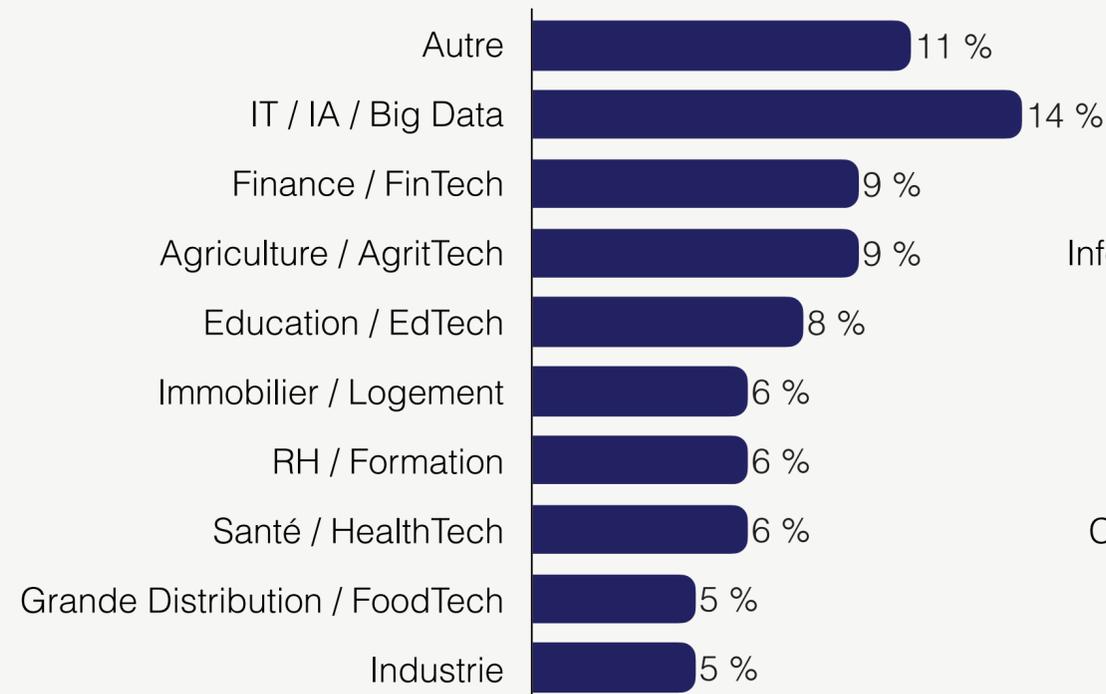
Les grands groupes, quant à eux, sont également issus de divers secteurs. Le secteur le plus représenté parmi eux est le secteur Banque et Assurance, avec 34% des répondants. Le BTP, architecture ainsi que l'informatique et télécoms sont également bien représentés avec 73% des répondants chacun.

Il est important de noter que le terme "Autre" a été utilisé par certains répondants pour décrire leur secteur d'activité, ce qui suggère une diversité encore plus grande dans les types d'organisations qui ont participé à l'étude.

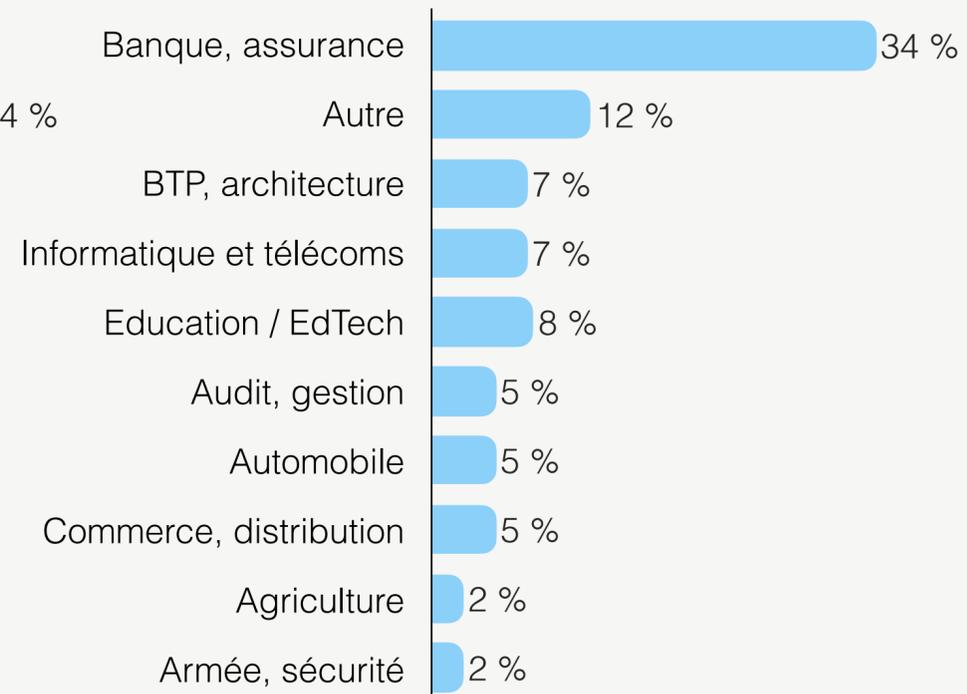
Répondants 2023



Les principaux secteurs des startups



Les principaux secteurs des grands groupes



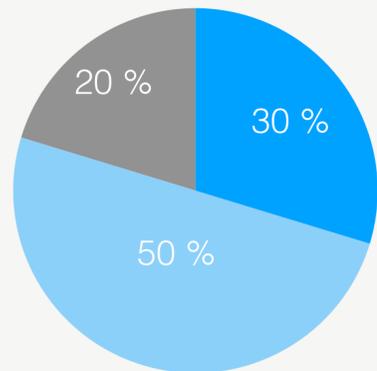


PROFILES



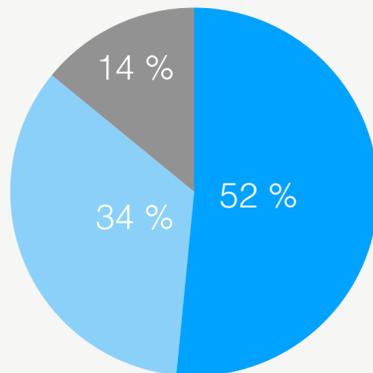
Profil des startups

Répartition des startups selon leur CA



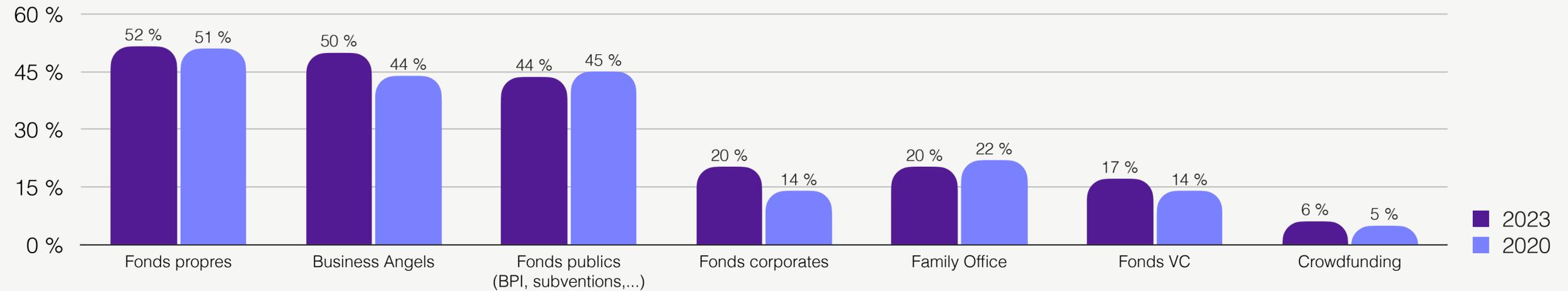
- Moins de 100 k€
- Entre 100 k€ et 1 M€
- Plus d'1 M€

Ancienneté des startups



- Plus de 36 mois
- Entre 6 et 36 mois
- Moins de 6 mois

Types de financement des startups



Un échantillon de startups plutôt mature, de type scale-up :

- Plus de la moitié des startups participantes (50%) génère **un chiffre d'affaires (CA) de plus de 100K€**, et plus d'un cinquième (20%) ont un CA dépassant le million d'euros.
- Plus de la moitié (52%) des startups participantes ont plus de 36 mois d'existence, démontrant une **certaine maturité**.

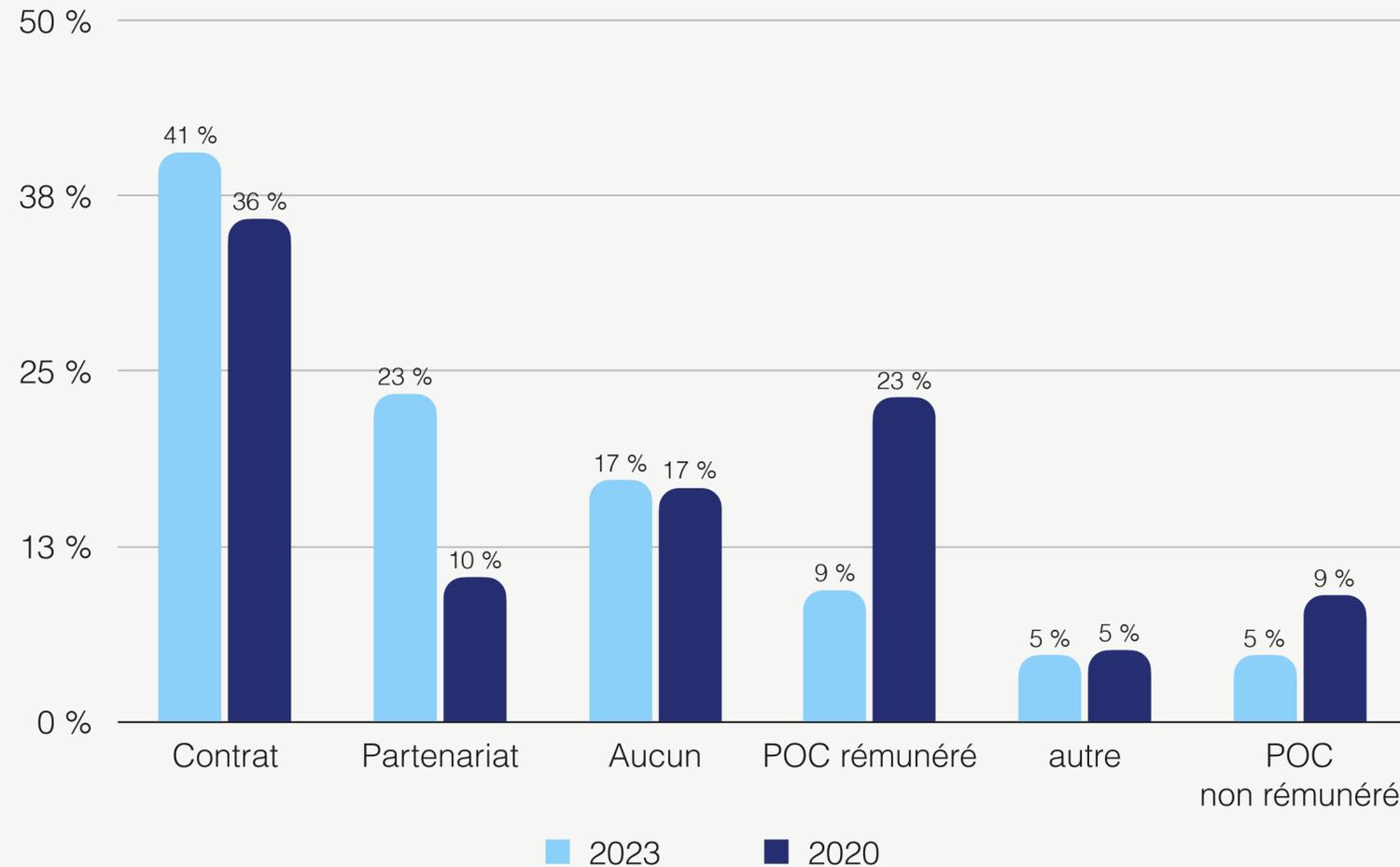
En outre, l'échantillon de startups démontre plusieurs caractéristiques intéressantes :

- Les équipes de direction sont **totalemt impliquées au quotidien**, avec 72% dont l'équipe de direction dédiée à temps plein.
- **Plus de la moitié des startups répondantes ont levé des fonds**, démontrant une capacité à attirer des investissements.
- En termes de collaboration avec les grands groupes, **39% des startups ont lancé des expérimentations sous forme de contrat**, tandis que **25%** ont établi des partenariats.
- Une proposition de valeur basée sur une innovation technologique est affirmée par 69% des startups, soulignant leur positionnement en tant qu'**acteurs clés de l'innovation**.



Profil des startups

Nature des expérimentation avec les grands groupes



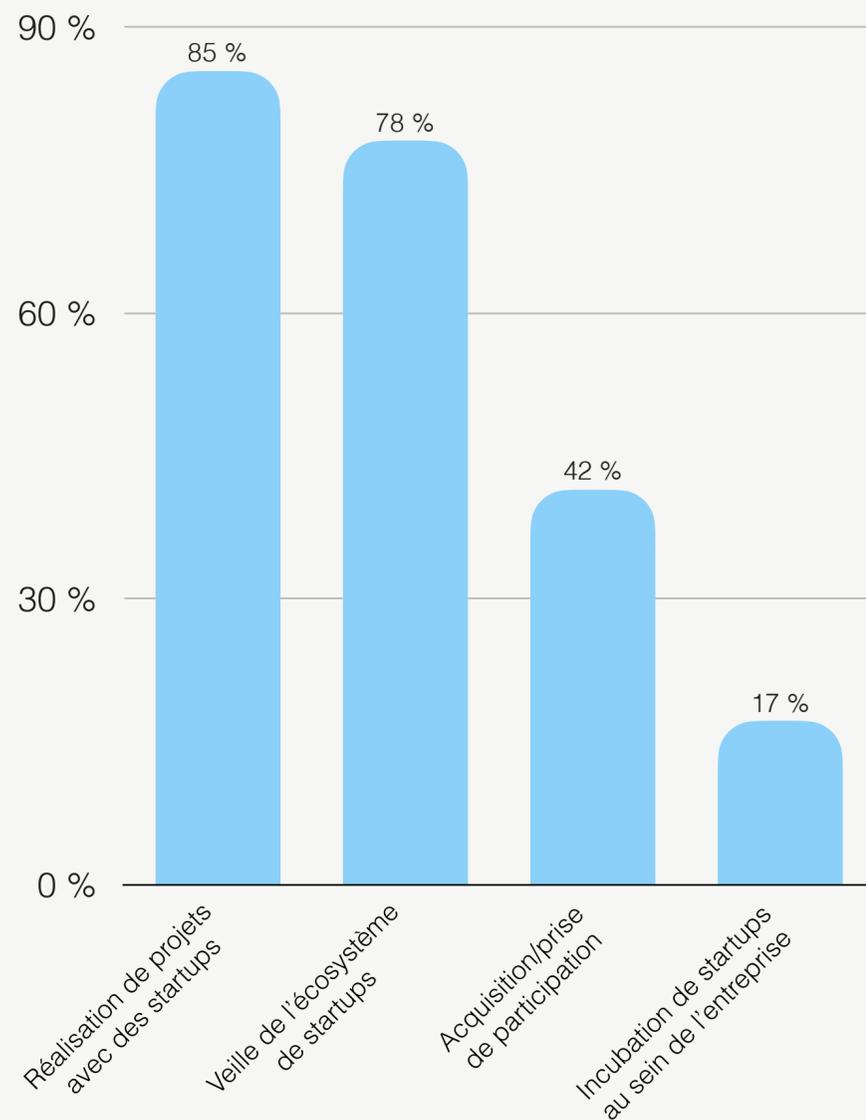
La fin de l'ère des POC ?

- On constate que la majorité des expérimentations sont effectuées sous forme de contrats (41%) et de partenariats (23%). On observe une **augmentation de la proportion de contrats et de partenariats**, témoignant d'une volonté accrue de **formaliser les collaborations de manière plus structurée**.
- D'autre part, il est intéressant de noter qu'un nombre significatif de répondants (17%) ont indiqué qu'ils n'avaient mené aucune expérimentation avec des grands groupes. Cela reflète les défis auxquels les startups sont confrontées pour établir des collaborations avec des acteurs plus importants, peut-être en raison de difficultés d'accès ou de barrières à l'entrée.
- En ce qui concerne les types spécifiques d'expérimentations, on constate **une diminution des POC rémunérés et des POC non rémunérés**, suggérant un changement de priorité dans les approches d'expérimentation. Ces chiffres témoignent d'une maturité croissante des startups, ce qui correspond à notre échantillon, qui privilégie davantage les modèles contractuels et partenariaux pour développer leurs collaborations avec les grands groupes..

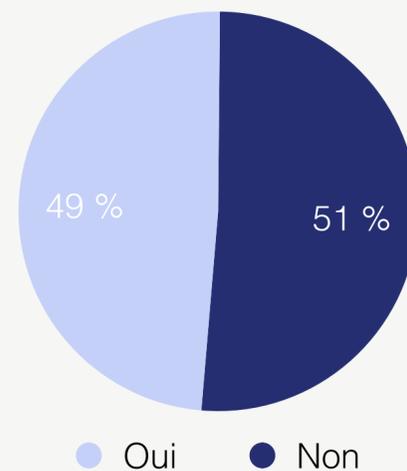


Profil des grands groupes

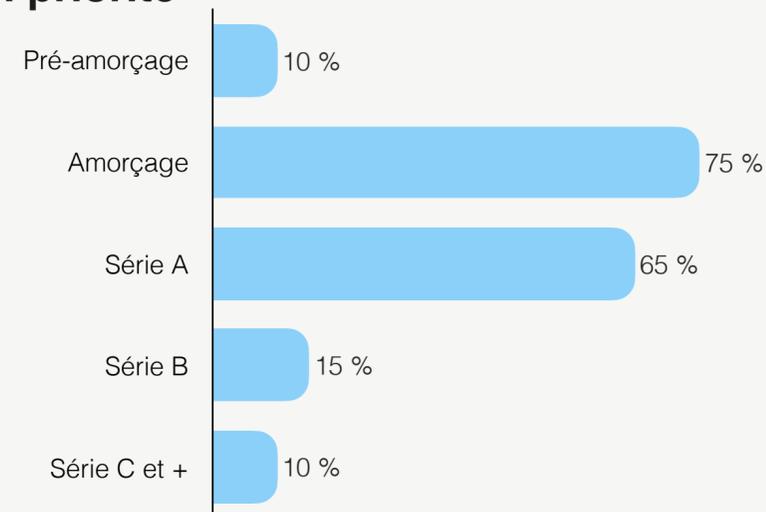
Niveau de collaboration des grands groupes avec les startups



Pourcentage de grands groupes répondants ayant un fonds de Corporate Venture Capital



Tour de financement dans lesquels les grands groupes répondant investissent en priorité



Des grands groupes qui souhaitent collaborer avec les startups...

• L'innovation arrive en tête avec **73% des répondants**. Les départements Commercial et Marketing sont également présents, mais de manière moins significative (5% chacun). Les directions générales et financières complètent l'échantillon.

• **Collaboration avec les startups** : Il est évident que les grands groupes sont très engagés dans la collaboration avec les startups. En fait, **85% ont déjà réalisé des projets avec des startups** et **78% suivent activement l'écosystème**. Cela montre une volonté claire d'interagir et d'apprendre des startups.

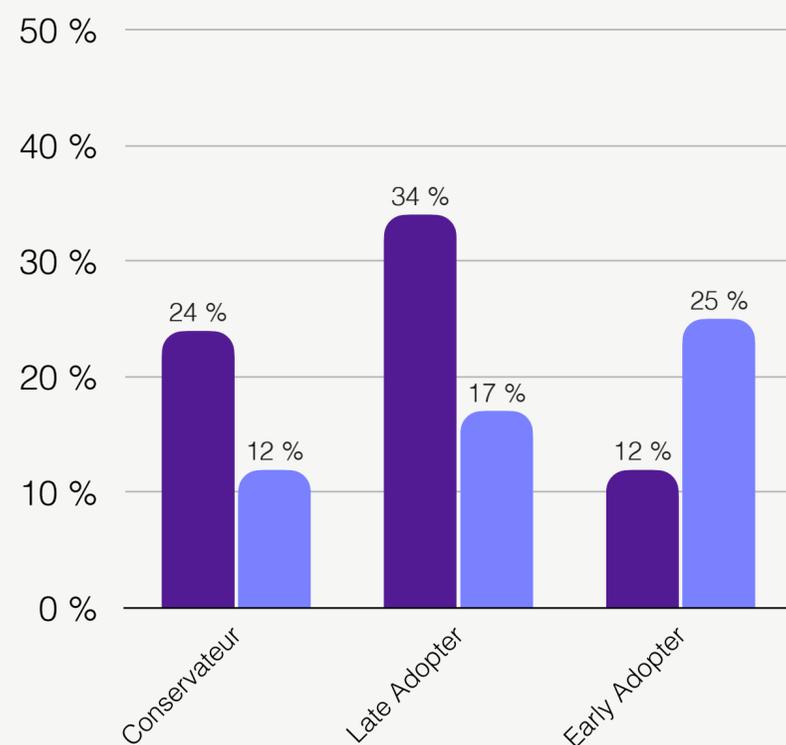
• **Investissements** : La répartition presque égale entre les entreprises ayant un fonds de Corporate Venture Capital et celles n'en ayant pas montre que **l'investissement dans les startups est une pratique courante**, mais pas universelle. Les tours de financement privilégiés sont l'amorçage (75%) et la série A (65%). Cela suggère que les grands groupes sont particulièrement intéressés par le **soutien aux startups à leurs débuts**, lorsque le potentiel d'innovation peut être le plus grand.



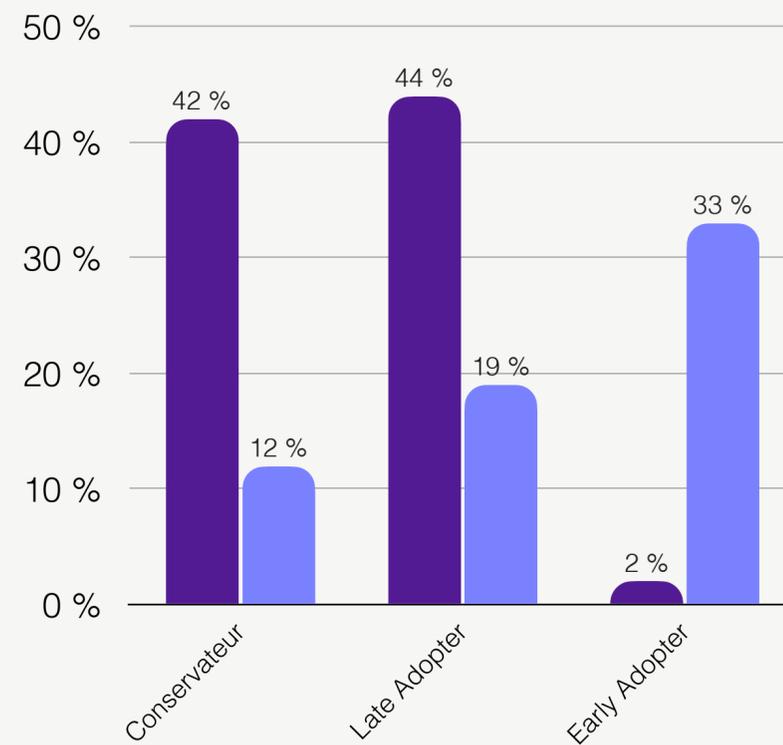
Profil des grands groupes

Perception des grands groupes sur leur niveau d'adoption des solutions technologiques proposées par les startups

Core business



Fonctions supports



■ 2023 ■ 2020

...mais de plus en plus prudents

En comparant les données de 2020 et 2023, nous pouvons observer que les métiers core business et les fonctions supports des grands groupes sont **devenus plus réticents et plus prudents à adopter des technologies** et solutions proposées par des startups en 2023 par rapport à 2020.

Plusieurs explications possibles pour ce changement observé dans l'adoption des technologies et solutions proposées par des startups par les grands groupes français entre 2020 et 2023 :

- Impact de la pandémie de COVID-19 et priorités stratégiques** : La crise sanitaire a poussé de nombreux grands groupes français à revoir leurs priorités et à concentrer leurs ressources sur la résilience de leurs activités principales. Les grands groupes français ajustent également leurs priorités stratégiques en fonction des évolutions de l'environnement économique et des attentes des parties prenantes.
- Maturité du marché** : Certains grands groupes français, après avoir adopté des technologies et des solutions proposées par des startups au fil des années, peuvent être plus sélectifs dans leurs investissements. Par exemple, une entreprise qui a déjà mis en place une plateforme de gestion des ressources humaines en partenariat avec une startup pourrait désormais privilégier des investissements visant à consolider et à améliorer cette solution existante.
- Échecs passés** : Les expériences négatives antérieures avec des startups peuvent rendre les grands groupes français plus réticents à s'engager dans de nouvelles collaborations¹.
- Un changement de directions en matière d'open innovation²** : La disparition des directeurs open innovation pendant la période du COVID-19 a créé une interruption dans la continuité des initiatives d'innovation ouverte. L'arrivée de nouvelles personnes pour occuper ces postes a nécessité une période d'adaptation et de prise de marques, ce qui a pu retarder la mise en relation avec les startups et la création de relations durables.

¹ voir notre analyse page 23

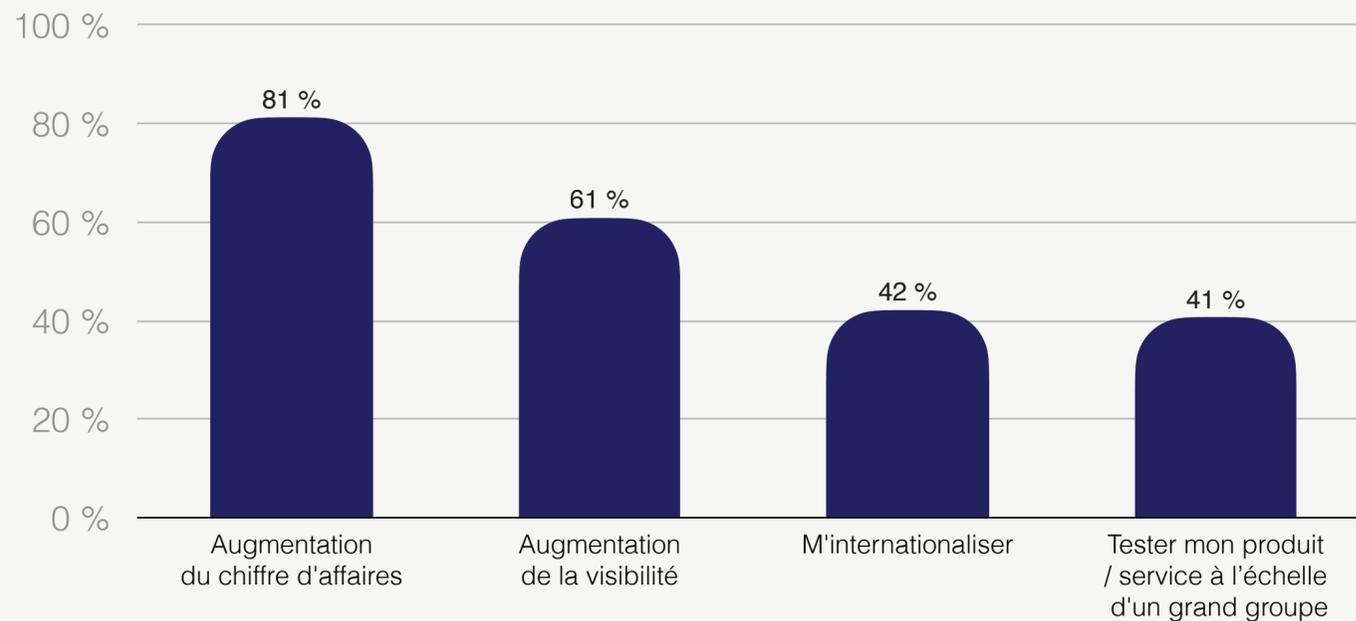
² voir notre analyse page 20

CRÉATION DE VALEUR



Création de valeur : startups et grands groupes

Mesure de création de la valeur pour les startups

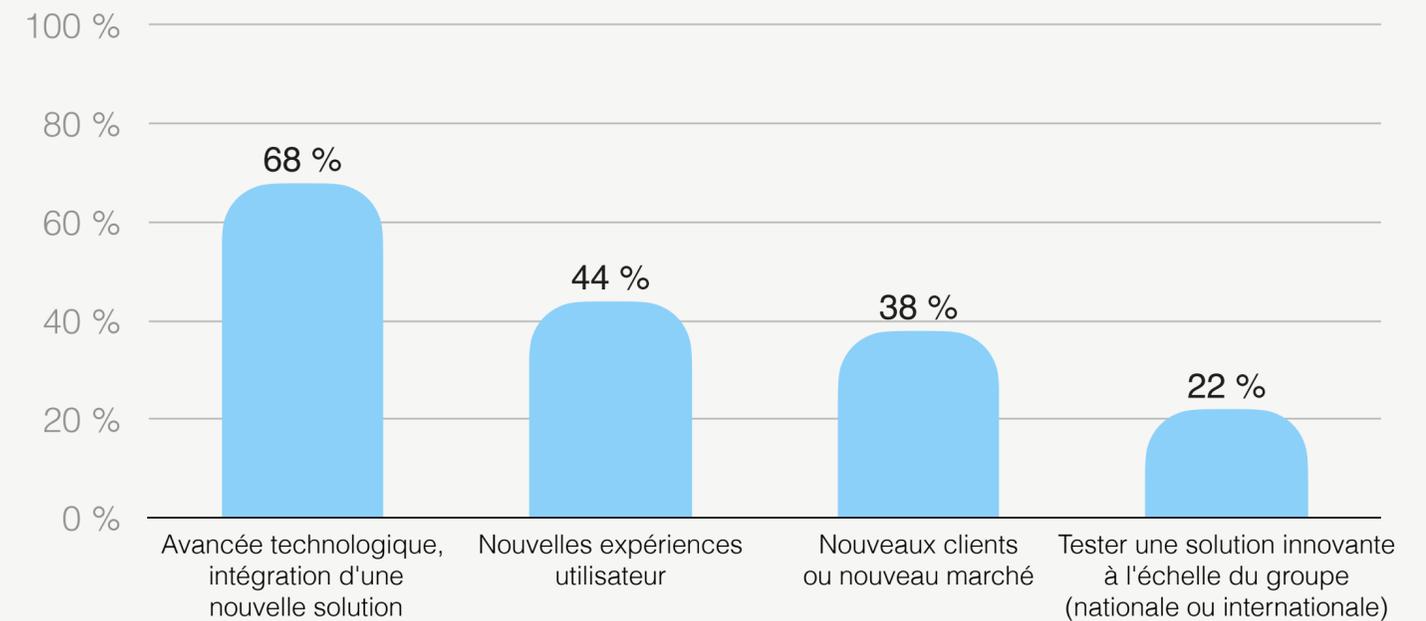


Pour les startups : la croissance avant tout

Pour les startups interrogées, il ressort clairement que **l'augmentation du chiffre d'affaires reste le principal objectif de leur collaboration avec les grands groupes**, avec 81% des répondants. Toutefois, on constate un déplacement notable des priorités par rapport à 2020, avec une diminution significative de l'importance accordée aux références, passant de la deuxième à la cinquième place. Cela peut s'expliquer par l'échantillon de startups assez mature, qui n'ont donc plus besoin de faire leurs preuves.

Ce changement pourrait suggérer une **évolution dans la perception des startups**, qui se concentrent désormais plus directement sur les **aspects concrets de croissance** comme l'augmentation du chiffre d'affaires, l'augmentation de la visibilité et l'internationalisation.

Mesure de création de la valeur pour les grands groupes

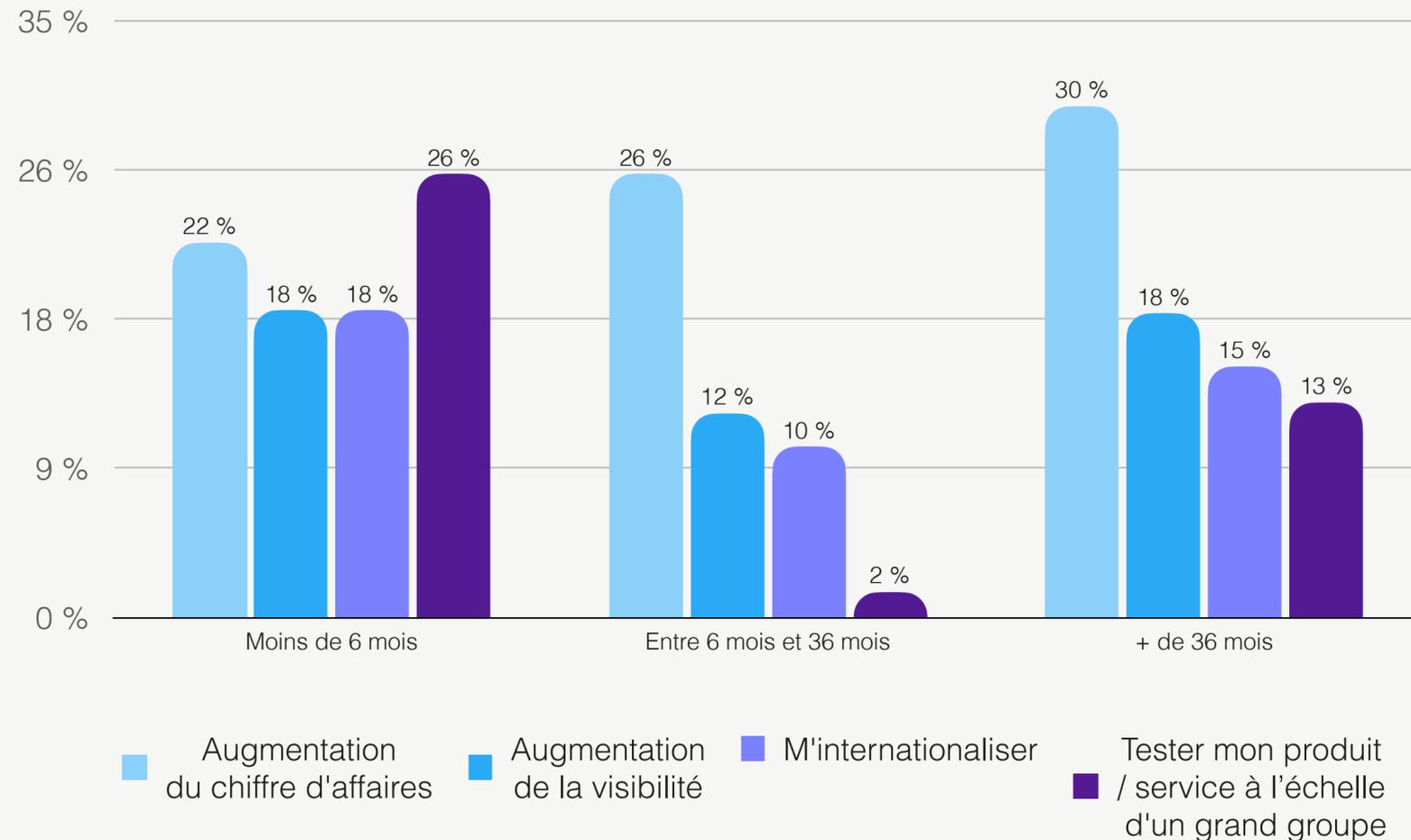


L'innovation technologique et l'expérience utilisateur au cœur des collaborations des grands groupes

Pour les grands groupes, **l'innovation technologique reste le principal moteur de collaboration** avec les startups. Les grandes entreprises cherchent à adopter des solutions technologiques innovantes pour **rester compétitives et améliorer l'expérience utilisateur**, qui est le deuxième objectif le plus important.

On peut évoquer l'existence d'un complexe persistant lié aux GAFAM : les GAFAM ont établi une référence élevée en termes d'expérience utilisateur, ayant créé des produits et services qui ont connu un grand succès et ont profondément influencé les attentes des utilisateurs. En conséquence, les grands groupes peuvent se sentir pressés de proposer des expériences utilisateur similaires ou comparables à celles des GAFAM.

Focus : mesure de la création de valeur selon l'ancienneté des startups

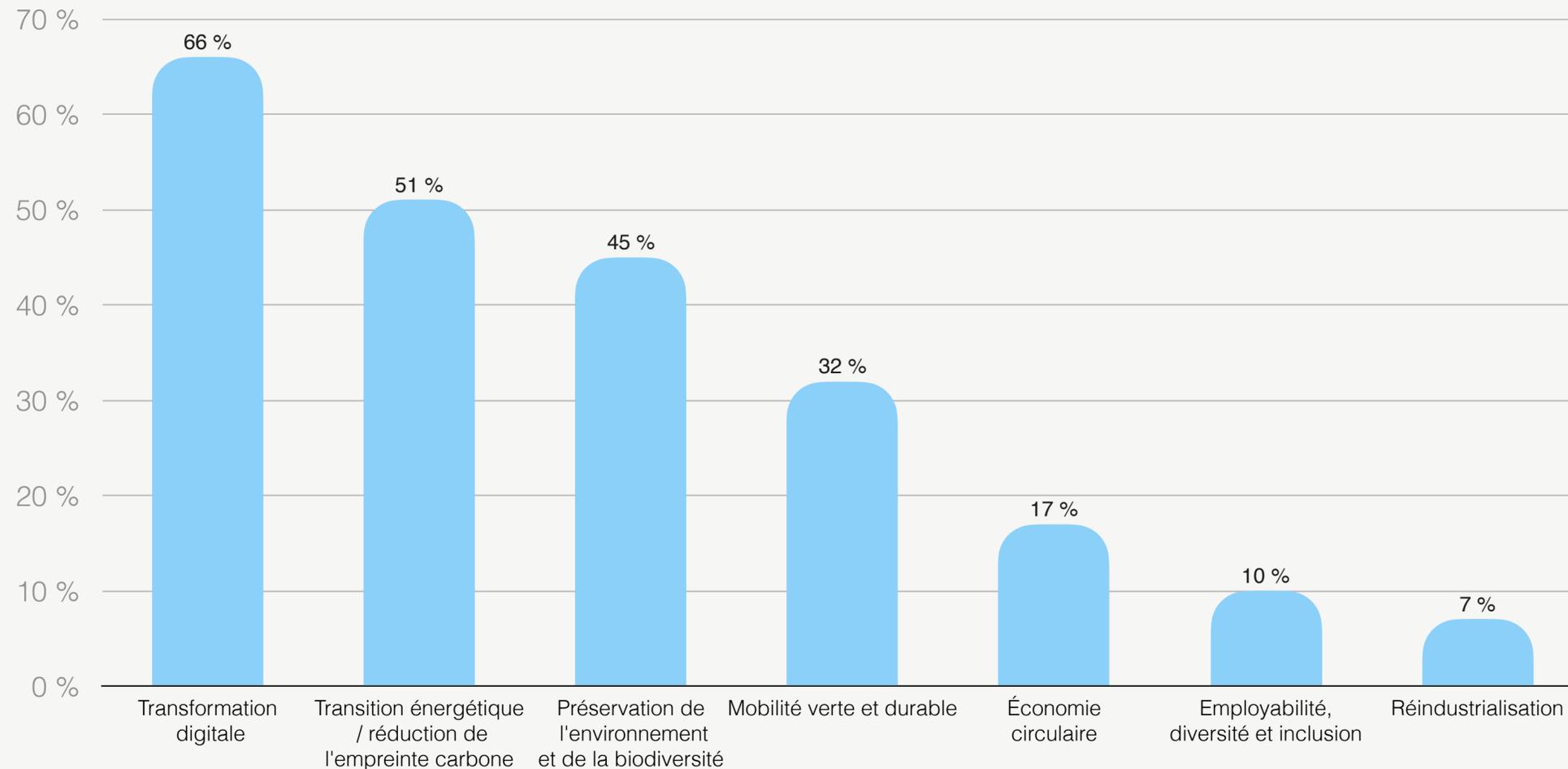


De la validation à la croissance, les startups mesurent différemment la création de valeur

- **Les startups plus jeunes**, avec une existence de moins de 6 mois, accordent une plus grande importance à la possibilité de tester leur produit ou service à l'échelle d'un grand groupe. Elles sont dans une phase de développement initial où la validation de leur produit ou service à grande échelle est primordiale. Elles cherchent à obtenir des retours concrets et des opportunités de collaboration avec les grands groupes pour affiner leurs offres et produits.
- D'autre part, les **startups avec une ancienneté entre 6 mois et 36 mois** montrent une évolution dans leurs priorités. Elles mettent davantage l'accent sur **l'augmentation du chiffre d'affaires**. Elles traversent une phase de croissance où l'accent est mis sur la génération de revenus. Elles cherchent à établir des modèles économiques solides, à fidéliser leur clientèle et à augmenter leurs ventes. L'attention se porte moins sur les tests à grande échelle et davantage sur la **rentabilité et la viabilité financière**.
- Enfin, les **startups avec plus de 36 mois d'existence** témoignent d'une importance accrue accordée à l'augmentation du chiffre d'affaires, à la visibilité et à l'internationalisation. À ce stade, ces startups ont atteint une certaine maturité et cherchent à **consolider leur position sur le marché et à se développer à l'échelle internationale**. Elles ont acquis de l'expérience, une certaine notoriété et peuvent envisager des opportunités d'expansion à l'international.

Focus : les grandes thématiques sur lesquelles les grands groupes souhaitent travailler avec les startups

Les grandes thématiques sur lesquelles les grands groupes souhaitent collaborer avec les startups



Les priorités des grands groupes : transformation digitale et durabilité au cœur des collaborations avec les startups

L'analyse des priorités des grands groupes en matière de collaboration avec les startups révèle une forte concentration sur la transformation digitale, la durabilité et la responsabilité sociale.

La **transformation digitale** est vue comme une **nécessité pour maintenir la compétitivité et l'innovation**. L'économie est de plus en plus dominée par des technologies en évolution rapide comme l'IA, le big data et la blockchain, il est impératif pour les entreprises d'adopter et de s'adapter à ces changements pour rester compétitives.

Par ailleurs, face à l'urgence climatique, les grands groupes placent la **transition énergétique et la réduction de l'empreinte carbone** en seconde position de leurs priorités. Cette tendance s'inscrit dans une prise de conscience croissante de la **responsabilité environnementale des entreprises** et d'un investissement dans la **durabilité comme facteur de viabilité économique**. Les initiatives de préservation de l'environnement, la mobilité verte et l'économie circulaire sont également mises en avant, illustrant une volonté d'adopter des modèles économiques plus respectueux de l'environnement.

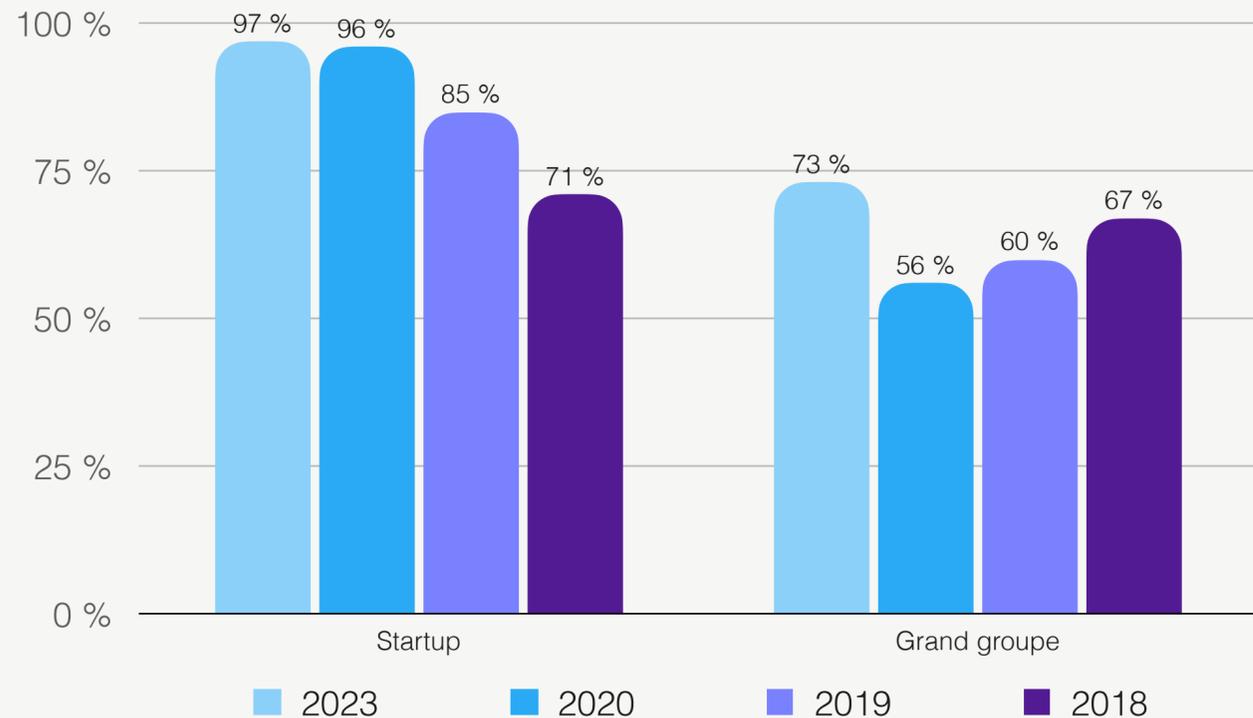
La réindustrialisation, bien que moins prioritaire dans les réponses, pourrait gagner en importance à la lumière du récent plan de réindustrialisation en France. Il est important de prendre en considération que l'échantillon de grands groupes qui ont participé à l'étude est principalement composé d'acteurs du secteur bancaire et de l'assurance, ce qui explique en partie leur moindre intérêt pour ce sujet.



RAPIDITE

Perception des délais au cours de la collaboration : startups et grands groupes

Délais entre la prise de contact et la prise de décision - part des répondants les percevant comment lents ou très lents

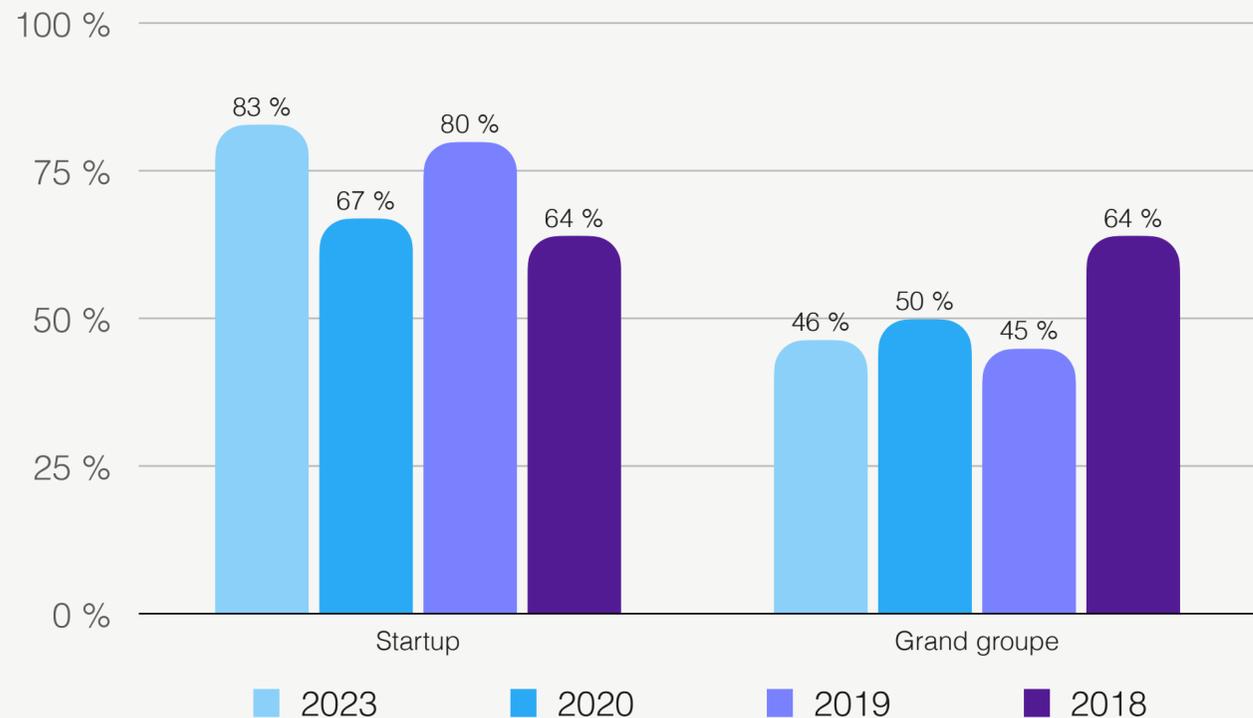


Une opportunité pour améliorer la collaboration que ce soit dans la perception des délais pour la prise de décision...

- Du côté des startups, il est clair qu'il y a une **perception de lenteur** dans le processus entre la prise de contact et la prise de décision. En effet, 97% des répondants considèrent ce processus comme "plutôt lent" ou "très lent". Cela souligne le **défi de la rapidité de décision dans les collaborations avec les grands groupes**, une question cruciale pour les startups dont la **survie peut dépendre de décisions rapides**. Cette tendance à la hausse depuis 2018 indique une frustration persistante chez les startups concernant le temps nécessaire pour que les grands groupes prennent des décisions de collaboration.
- Du côté des grands groupes, en 2023, 73% des grands groupes considèrent les délais entre la prise de contact et la prise de décision comme lent ou très lent, contre 56% en 2020. Il est intéressant de noter que cette perception a augmenté malgré une **prise de conscience générale de la nécessité d'accélérer l'innovation et la prise de décision**.

Perception des délais au cours de la collaboration : startups et grands groupes

Délais de paiement - part des répondants les percevant comment lents ou très lents



...que pour la perception des délais de paiement

- De même, une majorité de startups (83%) trouve que les délais de paiement sont "plutôt lents" ou "très lents", ce qui peut représenter un obstacle significatif pour ces petites entreprises qui ont souvent **besoin de liquidités pour financer leur croissance**. En 2023, on constate une hausse par rapport à 2020. Cela souligne une **préoccupation croissante concernant la fluidité financière**, qui peut-être accrue avec la baisse des levées fonds actuelle, et qui peut avoir des implications critiques pour les startups avec des flux de trésorerie plus serrés.
- En 2023, 46% des grands groupes trouvent les délais de paiement lents, contre 50% en 2020. Cette évolution suggère que **les grands groupes ont réalisé des efforts pour accélérer leurs délais de paiement**. Cependant, il est important de noter que malgré cette amélioration, près de la moitié des grands groupes perçoivent toujours leurs délais de paiement comme lents. **Il reste donc encore des marges d'amélioration** pour réduire davantage ces délais et répondre aux attentes des startups .

Ces résultats indiquent qu'il y a une **certaine tension entre les attentes des startups, qui ont besoin d'une décision et d'un paiement rapides, et les processus des grands groupes**. Bien qu'il y ait une **prise de conscience croissante** de la part des grands groupes, la perception des startups indique qu'il reste du **chemin à parcourir pour atteindre un équilibre qui favorise des collaborations efficaces et fructueuses**.

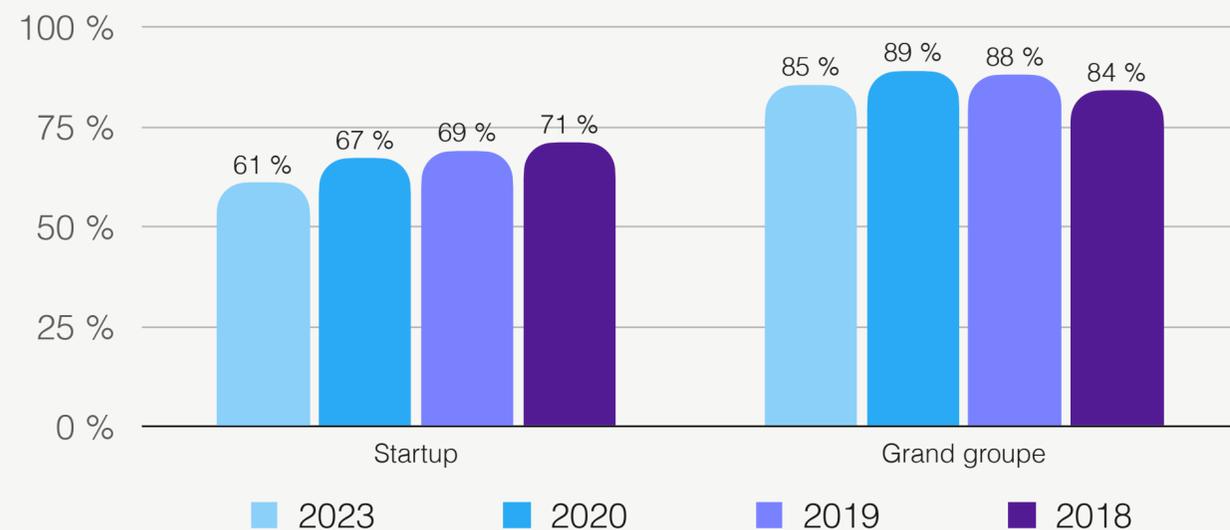
En conclusion, bien que les grands groupes aient exprimé des efforts pour améliorer les délais entre la prise de contact et la prise de décision, ces efforts ne semblent pas encore suffisamment perceptibles par les startups. Il est essentiel que les grands groupes redoublent d'efforts et mettent en place des mesures tangibles pour accélérer, afin de répondre aux attentes des startups et de favoriser des collaborations plus fluides et fructueuses.



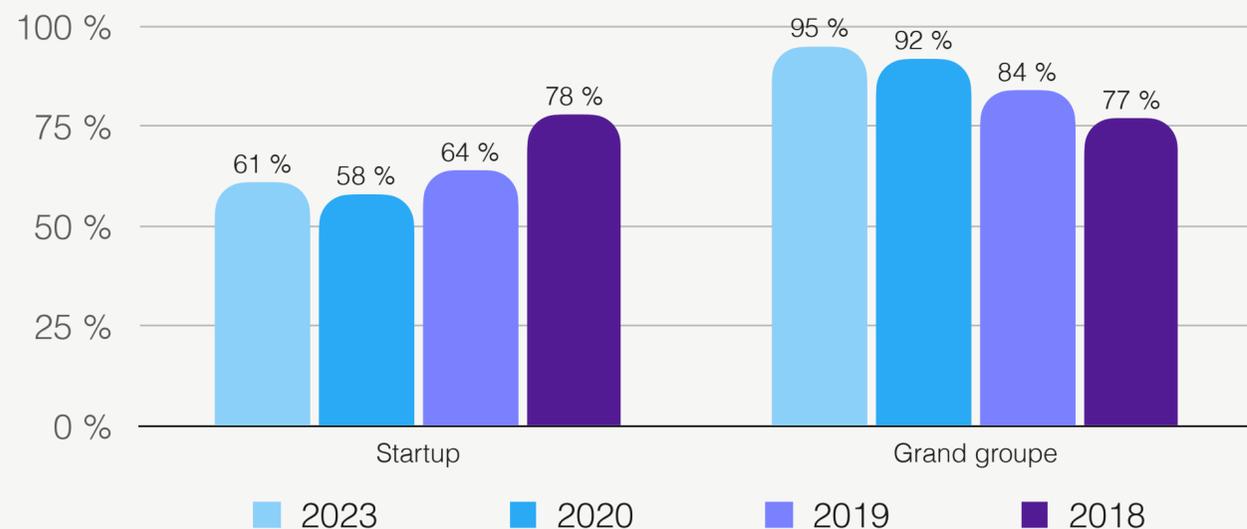
SIMPLICITÉ

Perception des fondamentaux de la bonne collaboration : startups et grands groupes

Clarté des objectifs de collaboration - part des répondants les percevant comment clairs ou très clairs



Facilité de la communication - part des répondants la percevant comment facile ou très facile



Des défis dans la communication et des objectifs clairs

- Selon les données recueillies, la perception de la communication est principalement positive, tant du côté des startups que des grands groupes.
- En ce qui concerne les objectifs de collaboration, il existe une **certaine disparité entre les startups et les grands groupes**.

Parmi les startups interrogées, 61% ont trouvé les objectifs clairs, tandis que 36% les ont jugés peu clairs.

Du côté des grands groupes, une grande majorité (85%) a considéré les objectifs comme clairs.

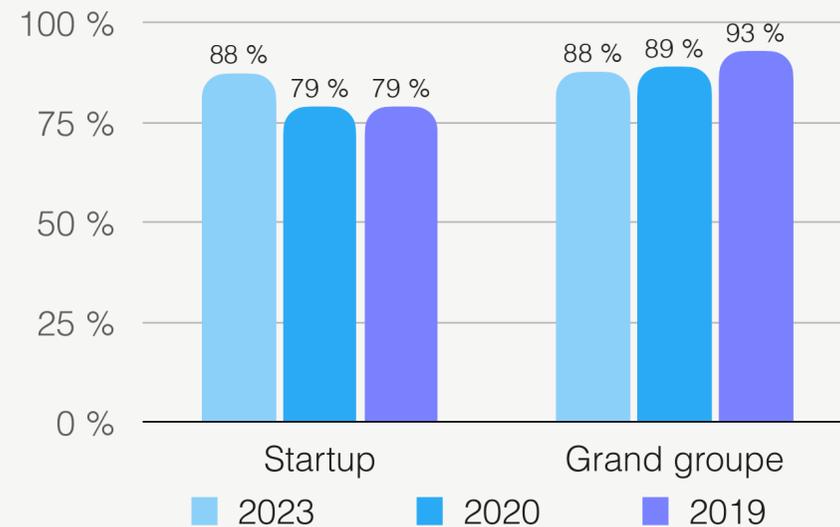
Ces résultats suggèrent un **besoin de clarification et de compréhension mutuelle des objectifs de collaboration entre les deux parties**. Une définition précise des objectifs peuvent contribuer à aligner les attentes et à améliorer la collaboration.

- L'évolution des données au fil des années montre une **tendance à la baisse dans la perception de la clarté des objectifs de collaboration**, tant pour les startups que pour les grands groupes.
- Cependant, il est intéressant de noter que la **perception de la facilité de la communication est restée relativement stable**. Ce décalage traduit un vrai problème de communication entre les acteurs voire un déficit de "transparence dans les relations".

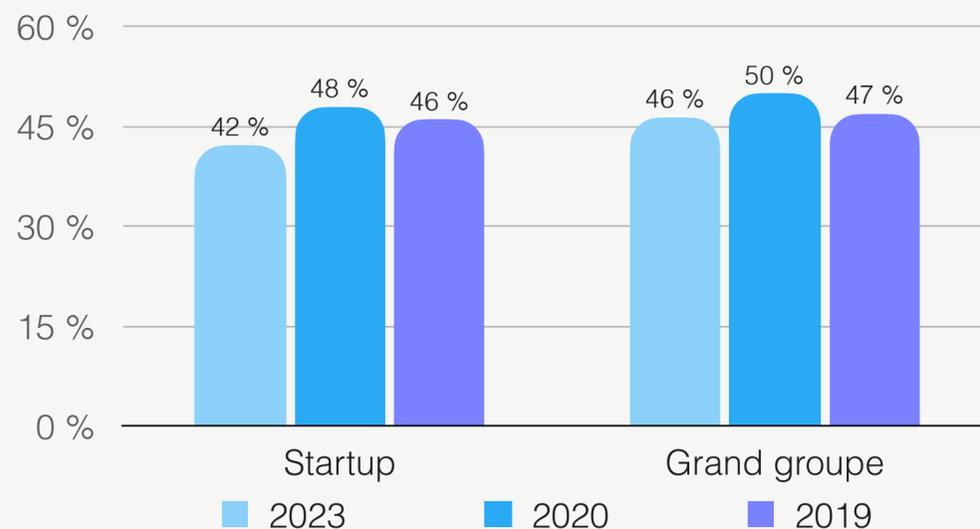
Cela souligne l'importance de continuer à travailler sur la clarté des objectifs de collaboration afin de favoriser des relations fructueuses et efficaces entre les startups et les grands groupes.

Perception des conditions contractuelles : startups et grands groupes

Respect de la confidentialité



Perception des conditions contractuelles perçues comme adaptées

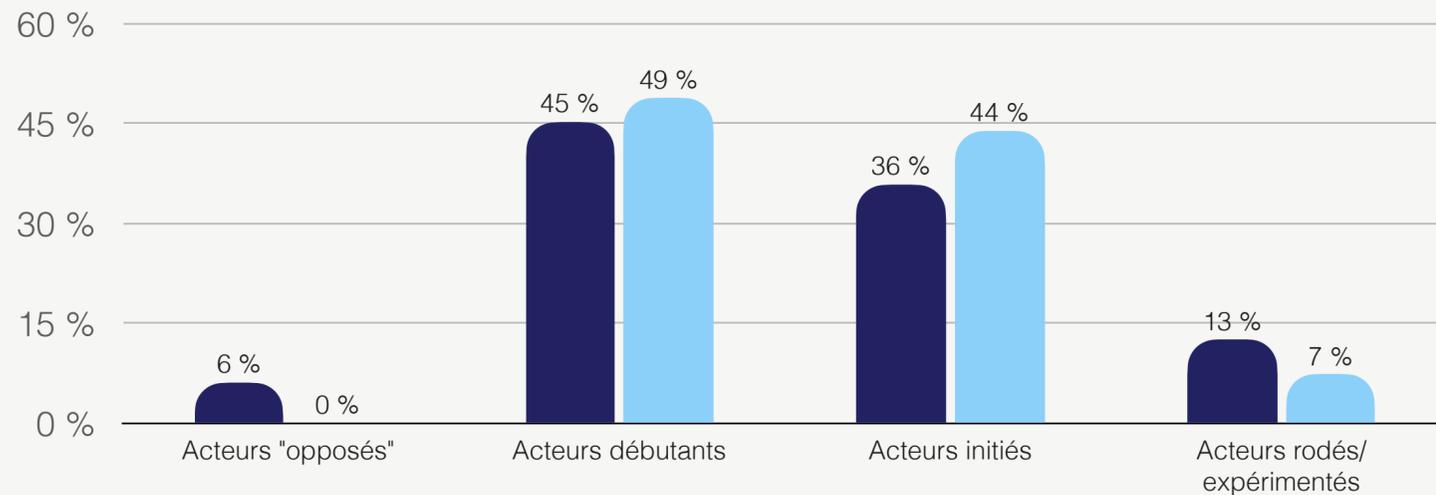


La confidentialité et les conditions contractuelles dans les collaborations startups-grands groupes : une perception en évolution

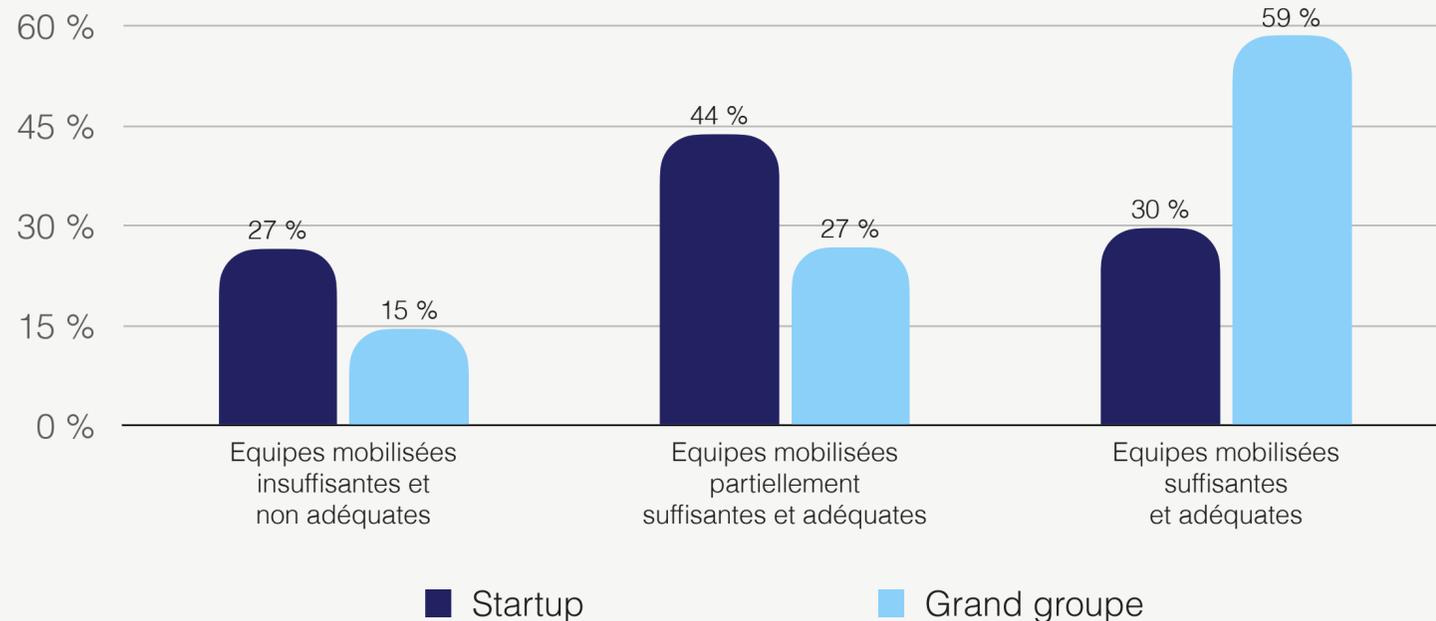
- Du côté des **startups**, on constate que seulement 42% les considèrent comme « adaptées ». Cette tendance a légèrement diminué depuis 2020. En ce qui concerne le respect de la confidentialité, 88% des startups estiment qu'il est « respecté ». Les résultats indiquent donc une **certaine satisfaction quant au respect de la confidentialité**, bien que des **améliorations puissent être apportées aux conditions contractuelles**.
- Du côté des **grands groupes**, 46% les considèrent comme « adaptées ». Les **perceptions sont similaires à celles des startups**, avec une légère diminution depuis 2020. En ce qui concerne le respect de la confidentialité, 88% des grands groupes estiment qu'il est « respecté ». Les résultats montrent une **satisfaction similaire à celle des startups** en ce qui concerne le respect de la confidentialité.
- L'évolution des résultats indique une **stabilité dans la perception du respect de la confidentialité** tant pour les startups que pour les grands groupes. Cependant, la **perception des conditions contractuelles a montré une légère baisse depuis 2020** pour les deux parties. Cela peut être due à la complexité croissante des collaborations et à l'évolution rapide du paysage commercial et technologique. Les partenariats entre startups et grands groupes impliquent souvent des aspects délicats tels que la propriété intellectuelle et la répartition des responsabilités, ce qui peut rendre les conditions contractuelles plus complexes à gérer. De plus, les besoins et attentes évoluent rapidement, ce qui nécessite une **adaptation régulière des conditions pour refléter les nouveaux défis et opportunités**. Ainsi, il est important d'ajuster les conditions contractuelles afin d'assurer une collaboration mutuellement bénéfique et alignée sur les besoins des deux parties.
- Ces résultats soulignent l'importance de la confidentialité et des conditions contractuelles appropriées dans les collaborations entre startups et grands groupes. Il est essentiel de **mettre en place des accords qui protègent les informations confidentielles et qui répondent aux besoins et aux attentes des deux parties**. Une attention particulière devrait être accordée à l'adaptation des conditions contractuelles pour favoriser des relations équilibrées et bénéfiques pour toutes les parties impliquées.

Focus : perception des acteurs impliqués dans la collaboration

Qualification des interlocuteurs assurant la collaboration startups / grands groupes



Perception de l'adéquation des équipes mobilisées de part et d'autre

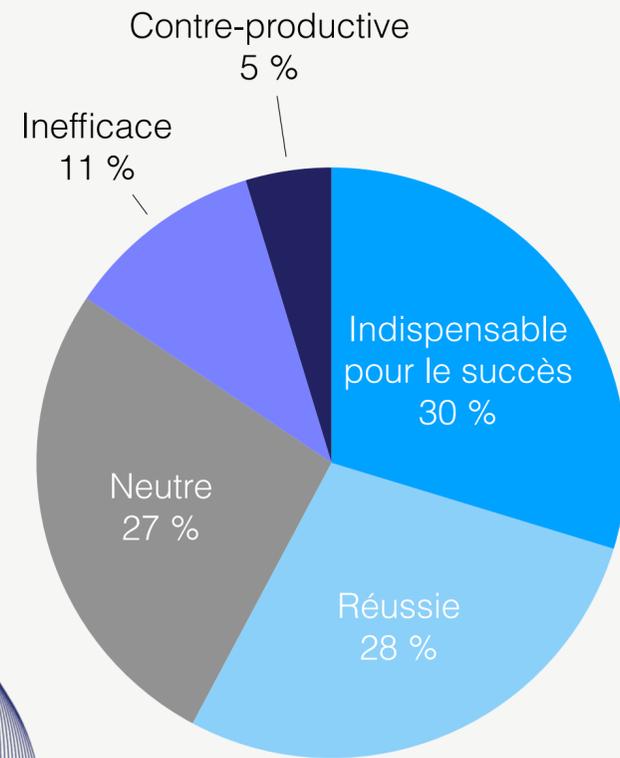


Une divergence entre startups et grands groupes sur la perception des acteurs

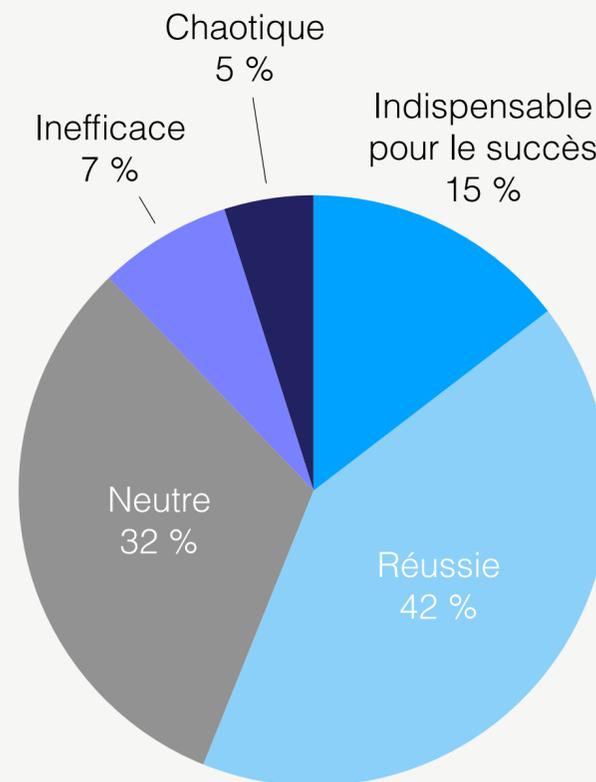
- Les données mettent en évidence une **vision nuancée** de la part des startups et des grands groupes concernant l'adéquation des équipes mobilisées dans la collaboration.
- Les startups expriment une **perception mitigée**, avec une partie considérant que les équipes des grands groupes sont partiellement suffisantes et adéquates (44%).
- Parallèlement, les **grands groupes estiment généralement que les équipes mobilisées par les startups sont suffisantes et adéquates (59%)**.
- Cela souligne les **attentes élevées des startups envers les équipes mobilisées par les grands groupes**, qui jouent un rôle clé dans la réussite des projets collaboratifs. D'un autre côté, les grands groupes semblent être plus satisfaits des équipes mobilisées par les startups, les jugeant globalement suffisantes et adéquates. Cette différence de perception peut s'expliquer par les attentes et les exigences différentes entre les deux parties, ainsi que par la taille et la structure organisationnelle des grands groupes.
- Il convient de noter que ces résultats peuvent être influencés par le contexte du COVID-19, qui a engendré un **turnover dans les fonctions liées à l'innovation¹** au sein des grands groupes, avec l'arrivée de nouveaux acteurs moins familiers avec la collaboration avec les startups. Ces données soulignent l'importance d'évaluer et d'ajuster les équipes et les acteurs mobilisés pour favoriser une collaboration efficace et fructueuse entre startups et grands groupes.

Focus : qualification de la relation

Qualification de la relation avec les grands groupes pour les startups



Qualification de la relation avec les grands groupes pour les grands groupes



Les startups valorisent l'importance des collaborations tandis que les grands groupes soulignent le succès

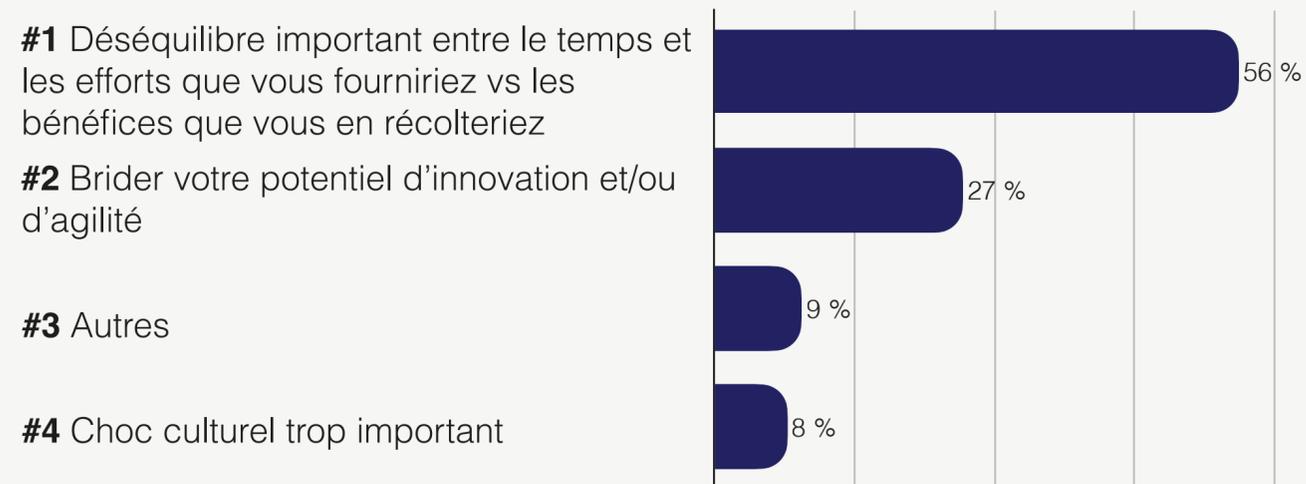
- Les données indiquent des **divergences dans la perception des collaborations entre les startups et les grands groupes.**
- Du côté des startups, une **part significative les considère comme indispensables (30%) et réussies (28%),** ce qui souligne **l'importance de ces collaborations pour le succès de leur entreprise.** Cependant, une proportion non négligeable les qualifie également d'inefficaces (11%) ou même contre-productives (5%), mettant en évidence **des défis et des difficultés dans ces partenariats.**
- En revanche, **du point de vue des grands groupes, la majorité qualifie les collaborations avec les startups comme réussies (42%) ou neutres (32%).** Ils reconnaissent également l'importance de ces collaborations dans le succès global de leur activité (14,6%).
- Ces résultats soulignent les perceptions contrastées entre startups et grands groupes en ce qui concerne les collaborations. Les **startups semblent accorder une plus grande importance à ces partenariats** et sont **plus critiques quant à leur efficacité.** Les grands groupes, quant à eux, reconnaissent généralement le succès des collaborations, bien que certains rencontrent des problèmes de performance.



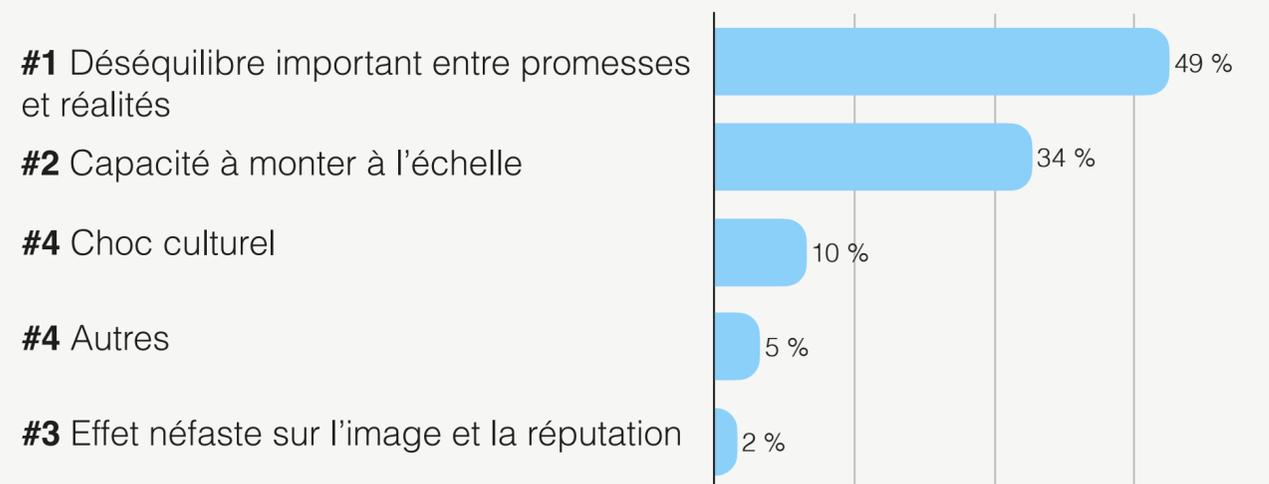
BIENVUEILLANCE

Principales craintes ressenties lors de la collaboration

Craintes des startups dans la collaboration avec les grands groupes



Craintes des grands groupes dans la collaboration avec les startups



Les startups redoutent de devoir investir beaucoup de temps et de ressources sans obtenir une récompense équitable en retour

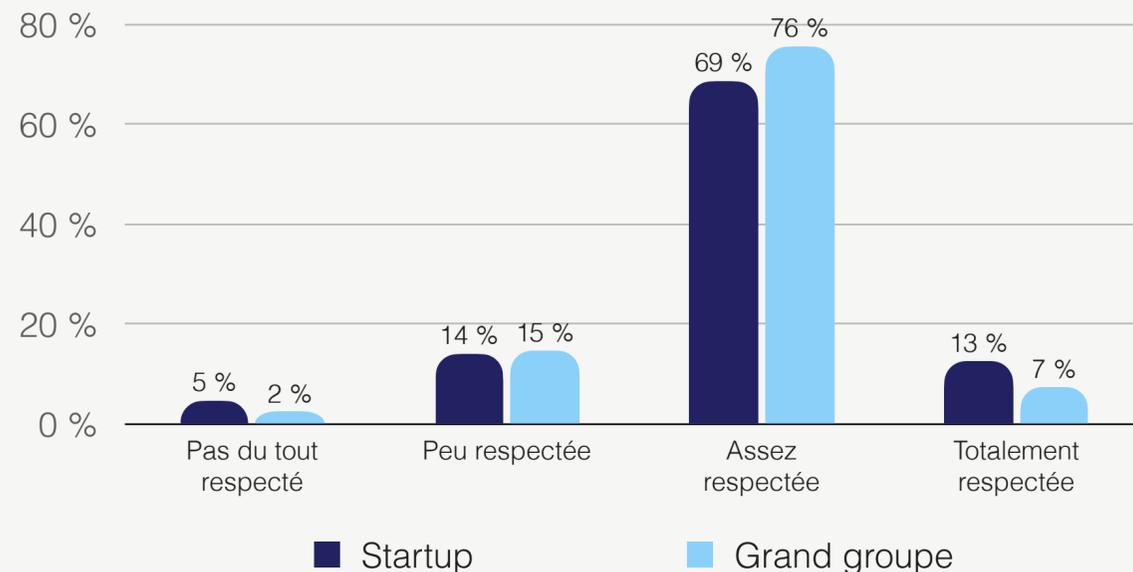
- La crainte principale concerne le **déséquilibre perçu entre les efforts fournis par les startups et les bénéfices qu'elles en récolteraient**, ce qui souligne l'importance d'une répartition équitable des ressources et des résultats.
- Les startups craignent que les grands groupes les utilisent comme des consultants pour mener le changement, sans véritablement répondre à leurs objectifs et cahiers des charges spécifiques.
- En effet, les startups ont souvent des ressources limitées en termes de capital et de ressources humaines, ce qui les rend très **dépendantes de la valeur et des avantages qu'elles peuvent tirer des collaborations**.

Un effet Theranos côté grand groupe ?

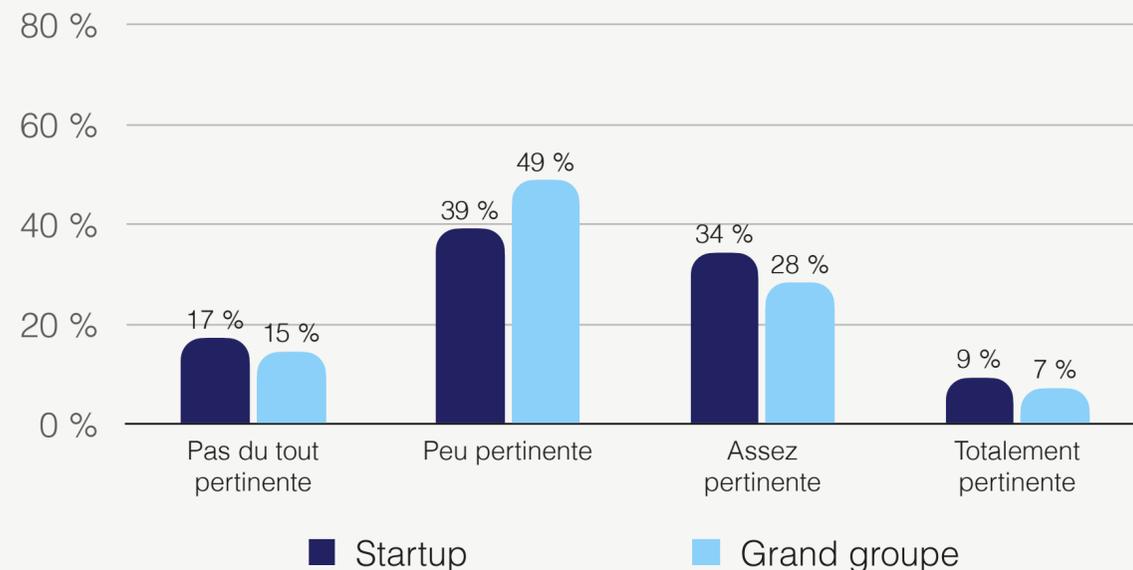
- La première crainte exprimée par les grands groupes dans leurs collaborations avec les startups concerne le **déséquilibre entre les promesses faites et les réalisations concrètes**.
- Cette préoccupation peut-être est amplifiée par des **scandales passés**, telle que l'affaire Theranos, où les **promesses exagérées et les défaillances technologiques** ont créé une méfiance envers certaines startups.
- Cette crainte peut également être attribuée au **risque inhérent à l'innovation et à la nature des startups**. En raison de leur caractère expérimental et en constante évolution, les startups peuvent rencontrer des retards, des problèmes techniques ou financiers qui peuvent compromettre la réalisation des promesses initiales. La présence de nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle et la blockchain peuvent être complexes et opaques pour les acteurs traditionnels, ce qui rend difficile l'évaluation de leur potentiel réel et des risques associés.
- Pour surmonter cette crainte, les startups doivent renforcer leur transparence et leur communication, en fournissant des informations réalistes sur les étapes, les objectifs et les risques liés à leurs projets.

Culture d'entreprise et exclusivité : startups et grands groupes

Perception de la compréhension de la culture d'entreprise



Perception de la notion d'exclusivité dans la relation startup / grand groupes



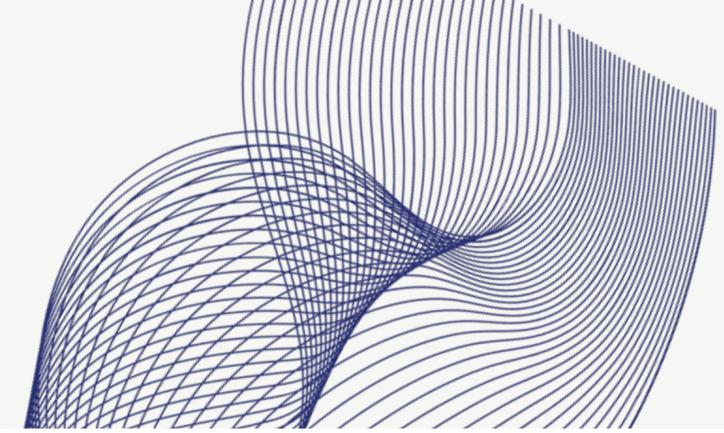
Quand la culture d'entreprise fait un 'match' entre startups et grands groupes !

- Les chiffres indiquent que dans l'ensemble, les startups et les grands groupes ont une **perception positive de la compréhension de la culture d'entreprise par l'autre partie**. Du côté des startups, 69% estiment que leur culture d'entreprise est assez respectée par les grands groupes, tandis que du côté des grands groupes, 76% estiment que leur propre culture d'entreprise est assez respectée par les startups.
- Cela suggère qu'il existe une **certaine compréhension et une acceptation des valeurs**, des normes et de l'identité d'entreprise de l'autre côté. Cette perception positive peut être le résultat d'un dialogue ouvert¹ de rencontres fréquentes et de collaborations continues qui ont permis aux startups et aux grands groupes de mieux se connaître et de développer une certaine affinité culturelle.

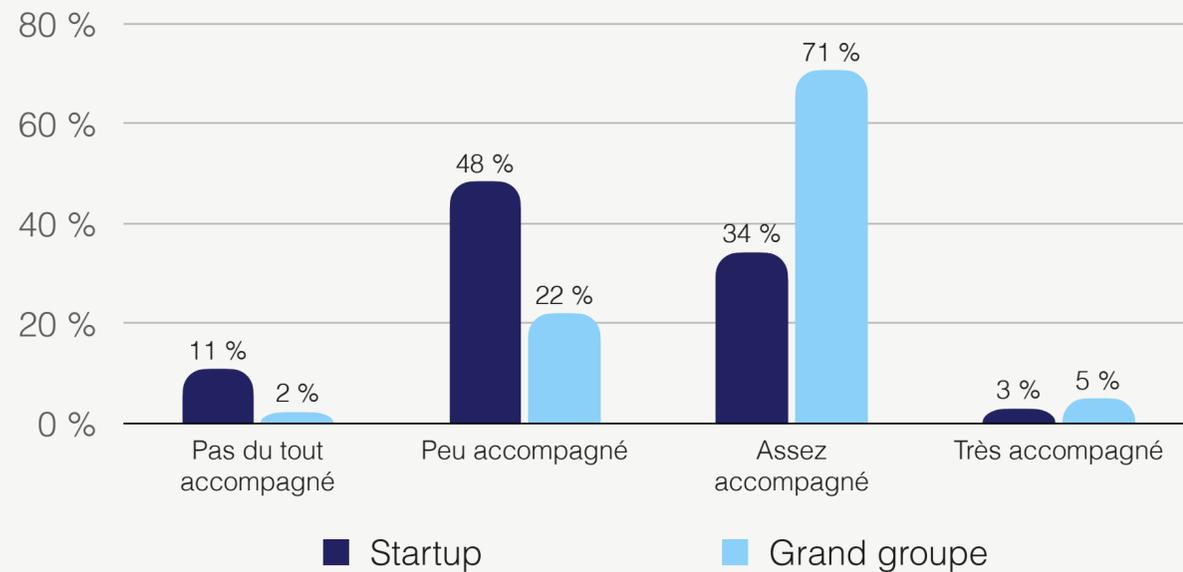
L'exclusivité : un casse-tête partagé entre les startups et les grands groupes

- La perception de l'exclusivité dans les collaborations entre startups et grands groupes laisse place à une certaine confusion. Alors que certains considèrent cette notion comme peu pertinente ou totalement pertinente, d'autres la jugent assez pertinente ou pas du tout pertinente. On dirait bien que la question de l'exclusivité est un **véritable casse-tête partagé entre les deux parties** !
- Les chiffres de 2023 indiquent une **légère diminution de l'importance accordée à l'exclusivité chez les startups**. Cela suggère une remise en question de l'exclusivité dans les collaborations, avec une préférence pour la flexibilité et la diversification des partenariats. Ces évolutions reflètent l'émergence de modèles de collaboration plus ouverts et collaboratifs entre startups et grands groupes.

Equilibre de la relation et accompagnement

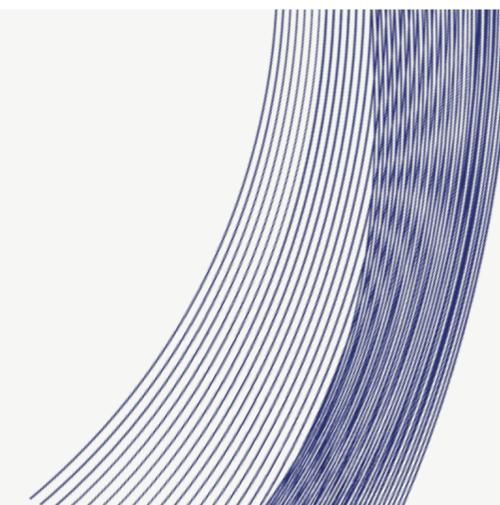


Perception du sentiment d'accompagnement



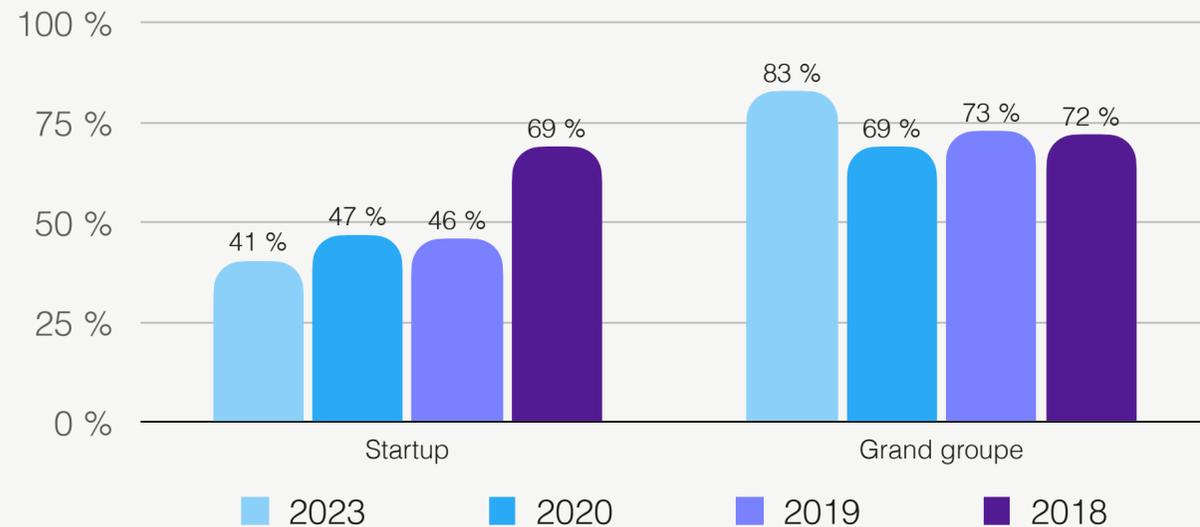
L'accompagnement : un jeu de cache-cache entre startups et grands groupes

- Les **grands groupes se sentent accompagnés** dans leurs collaborations (76%), tandis que les **startups expriment un sentiment d'accompagnement moins prononcé**, seulement 37% des startups se sentent accompagnés.
- Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette différence de perception. Premièrement, les grands groupes ont généralement plus de ressources et de moyens à leur disposition, ce qui leur permet de **fournir un soutien plus important aux startups**. En revanche, les startups, souvent confrontées à des contraintes budgétaires et opérationnelles, peuvent ressentir un **manque de soutien et d'accompagnement de la part des grands groupes**.
- Deuxièmement, il existe une **différence intrinsèque dans les attentes et les besoins des startups** par rapport aux grands groupes. Les startups sont souvent à la recherche d'un accompagnement plus personnalisé et adapté à leur stade de développement. Les grands groupes, quant à eux, peuvent avoir des processus qui ne correspondent pas toujours aux besoins spécifiques des startups. Cette divergence de cultures et d'attentes peut contribuer au sentiment moindre d'accompagnement chez les startups



Equilibre de la relation et accompagnement

Perception de l'équilibre de la relation, vue comme étant 'équilibrée'



L'équilibre : la quête de la relation parfaite entre startups et grands groupes

- Les données mettent en évidence une **différence de perception entre les startups et les grands groupes en ce qui concerne l'équilibre de leur relation**. En 2023, seulement 41% des startups perçoivent la relation comme étant équilibrée, tandis que les grands groupes ont une perception plus positive de l'équilibre, avec 83%. Cette tendance côté grands groupes étant même en hausse.
- Cette divergence peut être attribuée aux différences de pouvoir, de ressources et de positionnement sur le marché entre les deux parties. Les **startups peuvent se sentir désavantagées et chercher un équilibre plus équitable**, tandis que les grands groupes peuvent percevoir la relation comme étant plus équilibrée en raison de **leur position dominante**.
- Il est crucial d'explorer des solutions pour favoriser une collaboration harmonieuse, comme un tiers-de-confiance neutre qui peut jouer un rôle essentiel en favorisant un dialogue ouvert et en facilitant la compréhension mutuelle.
- Malgré les avancées, il **persiste une dynamique de "David contre Goliath"**, où les startups sont confrontées aux défis d'équilibrer leur position face aux grands groupes.

A close-up photograph of a person's hands signing a document with a black pen. The document is white with blue lines. In the background, other hands are visible, suggesting a meeting or collaborative work environment. A blue folder is on the left, and a blue and red striped object is on the right. A decorative graphic of white lines forming a sphere is on the right side.

CONCLUSION

Conclusion

En analysant les données depuis le début, il est clair que la **dimension temporelle est un élément clé dans la collaboration entre les startups et les grands groupes**. Les startups expriment une préoccupation constante concernant la lenteur des processus de décision et des délais de paiement de la part des grands groupes. Elles ont besoin de décisions rapides et de liquidités pour soutenir leur croissance, ce qui fait de la rapidité une question cruciale pour leur survie. Par contre, **les grands groupes accordent davantage d'importance à la capacité des startups à se développer rapidement et à monter en échelle**, pour accéder à de nouvelles opportunités.

L'équilibre de la relation est toujours un défi à relever. Les startups, souvent plus vulnérables en termes de ressources et de pouvoir, recherchent un équilibre équitable dans leur collaboration avec les grands groupes. Une prise de conscience et des actions concrètes de la part des grands groupes sont nécessaires pour créer un environnement où les startups se sentent valorisées et récompensées équitablement pour leur contribution.

Enfin, la **création d'un écosystème de collaboration solide et favorable est une voie à suivre**. Les startups et les grands groupes peuvent bénéficier d'un tiers-de-confiance neutre, tel qu'un incubateur ou un programme d'innovation, qui facilite les échanges, les mises en relation et la résolution de problèmes communs. Un tel écosystème peut favoriser l'émergence de collaborations plus fructueuses, où les startups peuvent tirer parti des ressources et des expertises des grands groupes, tout en conservant leur agilité et leur capacité d'innovation.

En somme, la collaboration entre startups et grands groupes nécessite un effort constant pour surmonter les obstacles et exploiter pleinement le potentiel d'innovation. En établissant une communication claire, en améliorant les délais de décision et de paiement, en recherchant un équilibre équitable et en favorisant un écosystème de collaboration solide, **nous pouvons ouvrir la voie à des partenariats fructueux qui stimulent l'innovation**, la croissance et la compétitivité.



A propos du Village by CA Paris

Fondé par le Crédit Agricole en 2014, le Village by CA Paris est un accélérateur d'innovation. Catalyseur du progrès technologique, le Village by CA Paris met en relation les grands groupes avec les startups françaises les plus brillantes.

Chaque année, il accompagne plus de 90 startups à travers un programme d'accompagnement de deux ans. Le Village by CA Paris s'appuie également sur son réseau de 44 Villages partout en France, au Luxembourg et en Italie. Par ailleurs, il apporte son aide au développement international grâce à sa présence à Londres, New York, Moscou, Shanghai, Séoul, Tokyo, Singapour.

Côté grands groupes, le Village by CA Paris a développé une véritable expertise à travers plusieurs programmes d'innovations pour accompagner les entreprises dans l'accélération de leur transformation digitale et de transition. Ce sont plus de 50 clients du CAC 40 et SBF 120 accompagnés, plus de 400 projets accélérés pour créer de nouveaux business, et 350 intrapreneurs mentorés.

www.paris.levillagebyca.com

À propos de Deloitte

Deloitte France regroupe un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs. Fort des expertises de ses 7 700 associés et collaborateurs et d'une offre multidisciplinaire, Deloitte France est un acteur de référence. Soucieux d'avoir un impact positif sur notre société, Deloitte a mis en place un plan d'actions ambitieux en matière de développement durable et d'engagement citoyen.

La présente communication contient uniquement des informations d'ordre général, et ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »), son réseau mondial de cabinets membres ou leurs entités liées (collectivement dénommés « l'organisation Deloitte »), ne fournissent, par le biais de la présente communication, de services ou de conseils professionnels. Préalablement à toute action ou décision susceptible d'avoir une incidence sur vos finances ou votre entreprise, vous devriez consulter un conseiller professionnel qualifié.

Aucune déclaration, garantie ou aucun engagement (expresse ou implicite) n'est donné quant à l'exactitude ou l'exhaustivité des informations contenues dans cette communication et ni DTTL, ni ses cabinets membres, entités liées, employés ou agents ne peuvent être tenus responsables de toute perte ou tout dommage quel qu'il soit, survenant directement ou non en lien avec quiconque se fierait à la présente communication.

Contributeurs

Fabrice Marsella

CEO

Le Village by CA Paris

fabrice.marsella@levillagebyca.com

Véronique Hillen

Partner / Innovation Strategies for Strategic Renewals

Deloitte

vhillen@deloitte.fr