

# Aller à l'international pour les startups suisses: 15 conseils

Aller à l'international pour une startup suisse est synonyme de plus-value pour l'entreprise et pour ses investisseurs. A travers son internationalisation, la startup aura accès à des marchés plus importants et pourra croître rapidement. En Suisse, la [Switzerland Global Enterprise](#) (S-GE) est l'organisation officielle chargée de la promotion des exportations. Voyons comment **aller à l'international pour les startup suisses en 15 conseils**, des pistes, des clés, pour savoir comment votre startup devrait procéder pour s'engager dans cette voie.

- 1.** Penser et structurer sa startup internationalement dès son lancement sans, toutefois, se précipiter. C'est-à-dire, ne pas négliger la dimension internationale de votre activité au moment de rédiger votre stratégie. Vos investisseurs plus ambitieux devraient être d'accord. Certaines organisations d'accompagnement de startup peuvent vous orienter dès le début.
- 2.** Une startup peut avoir du succès en allant à l'international? La plupart des entreprises trouveront des outils adaptés à leurs besoins et ambitions pour initier leur activité internationale. Grâce à la numérisation, la startup obtiendra des facilités de mise en réseau et de commercialisation de son produit ou service dans le/s pays choisi et compensera ainsi l'éventuel manque de ressources humaines et financières.
- 3.** Il faut choisir avec attention le pays où l'on compte commencer votre internationalisation et, très spécialement, le premier d'entre eux. Il est recommandable de commencer par des marchés géographiquement proches. La Suisse est membre de l'Association européenne de libre-échange (AELE). La startup accumule ainsi de l'expérience pour continuer sa stratégie internationale.
- 4.** La Suisse a le privilège d'être un pays multilingue avec quatre langues officielles dans la plupart des institutions de la Confédération. Une réalité dont elle est fière. De ce fait les langues et origines culturelles communes avec certains pays de l'UE sont un actif à exploiter. Les entreprises à vocation d'internationalisation de la Suisse germanique devraient se pencher vers l'Allemagne et l'Autriche (la communauté DACH), tandis que la Suisse Romande peut exploiter ses potentialités en France.
- 5.** Définir le modèle d'affaires adéquat pour la startup au pays choisi. Quels sont les facteurs clés qui facilitent que les clients locaux achètent vos produits? Le modèle d'affaire doit répondre à cette question. Habituellement, l'exportation directe ou l'exportation indirecte à travers la participation d'un partenaire sur le marché local sont des modèles adaptés pour lancer l'activité sur un nouveau marché.
- 6.** Le produit ou service est-il compétitif sur le pays choisi? Quels sont les avantages pour le client local de choisir votre produit? De quoi avez-vous besoin pour que l'implémentation de votre produit soit rentable? Il faudra vous déplacer vers ce pays et en parler à vos clients potentiels, à vos fournisseurs, à d'autres partenaires, et en observant aussi votre concurrence.
- 7.** Il faut disposer des informations et mécanismes du marché-cible. Les études de marché s'avèrent être une source de renseignements pratique pour obtenir certaines données nécessaires. Il faudra, néanmoins, compléter ceci avec des déplacements au pays d'implantation ou d'exportation. C'est le moyen de créer un réseau de contacts, de rencontrer des acteurs de votre secteur et de connaître le fonctionnement du marché.
- 8.** Il convient de ne pas sous-estimer le temps nécessaire pour exporter ou s'implanter dans un pays. Il ne faut pas être tenté de courir. Chaque pays a son propre écosystème. Les marchés et les clients

répondent à des dynamiques qui, parfois, sont très différentes. Il faut donc éviter de vouloir exporter ou implanter un système qui soit exactement le même que celui du pays d'origine de la startup.

**9.** Songez à l'expatriation non permanente d'un fondateur de la startup si vous percevez que la délégation de toutes les compétences sur un partenaire local du marché-cible n'est pas efficace ou ne répond pas aux objectifs fixés.

**10.** Le « Made in Switzerland » est normalement, pour un produit, synonyme de garantie et de rigueur. Cependant, avec ceci, il reste à faire. Cette image n'est pas homogène ni extrapolable à tous les secteurs d'activité ni à tous les marchés envisagés. Examinez donc si ce label représente réellement un avantage économique pour la startup.

**11.** Quel est le niveau de prix qui s'applique dans le pays choisi? Il faut connaître la structure des prix de chacun des maillons de la chaîne d'approvisionnement du marché-cible. Étudiez pour quels avantages votre client potentiel est disposé à payer plus que pour un produit de la concurrence.

**12.** Comment perfectionner la structure des coûts? Grâce à vos voyages préalables dans ce pays, vous devrez pouvoir examiner les coûts de production afin de pouvoir l'optimiser et engager une production efficiente.

**13.** Il est indispensable de connaître la législation locale avant de commencer les gestions d'implantation ou exportation. Toute la documentation juridique concernant votre activité devrait être rédigée par un avocat de ce pays. Celui-ci devrait aussi s'occuper d'examiner tous les accords et contrats que vous passerez dans ce pays.

**14.** Le financement de l'internationalisation est essentiel. Rédigez un bon business plan ayant la flexibilité nécessaire. La croissance de la startup interpelle tout le monde. De l'entreprise, évidemment, de ses fondateurs et de ses investisseurs.

**15.** Étudiez les risques de l'internationalisation. Tous les risques auxquels vous, entrepreneur, mais aussi votre société et investisseurs, encourez. Vous pouvez devoir confronter des risques juridiques, économiques ou commerciaux. Évaluez-les et soyez prévoyant. Comment minimiser les problèmes ou comment agir préventivement.

**15+1.** Pour aller à l'international, la startup doit se faire accompagner et vérifier les aides publiques disponibles. Mais où et comment obtenir de l'aide en Suisse? Il y a de nombreuses organisations qui pourront vous conseiller. En premier lieu la [Switzerland Global Enterprise](#), qui est l'agence officielle de promotion des exportations suisses mandatée par la Confédération et qui a été une source d'information précieuse pour cet article. Dans le cadre des [aides publiques](#) vous trouverez [Innosuisse](#) et [venturelab](#) ou [Venture Kick](#).